

Clima de los negocios en Bogotá 2011

Estudio de opinión de los empresarios de Bogotá



Consuelo Caldas Cano
Presidenta Ejecutiva

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

Lina María Castaño Mesa
Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Jorge Andrés Rodríguez Parra
Jorge Omar Serrano Franco
Camilo Andrés Enciso Zurita
Analistas Dirección de Estudios
e Investigaciones

ISBN:
978 958 688 392 4

Bogotá, diciembre de 2011

Isabel Fernández Fernández
Diseño y diagramación

Clima de los negocios en Bogotá 2011

Contenido

Presentación	4
Ficha técnica	5
1. Caracterización de las empresas	6
2. Percepción y perspectivas de la actividad productiva	7
3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica para el mercado local y nacional	9
4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica para el mercado internacional	13
5. Intenciones de ampliación empresarial	16
6. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global	18
7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos	20
8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y Generación de Empleo	26
9. Percepción de los empresarios hacia la Cámara de Comercio de Bogotá	35
10. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región	37
Conclusiones	39



Presentación

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones, publica la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011, en la cual se analiza la percepción de los empresarios sobre el clima de los negocios en la ciudad, las facilidades y dificultades del entorno, los temas estratégicos que inciden en el desarrollo de la actividad productiva y el impacto de la informalidad empresarial y laboral en las actividades formales así como el conocimiento y utilización de la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Con esta publicación, la Cámara de Comercio de Bogotá contribuye a mejorar la información y el conocimiento sobre la dinámica y expectativas de la actividad productiva a escala sectorial y en la ciudad; los problemas del entorno para el desarrollo de su actividad, y las decisiones de las autoridades nacionales y distritales que inciden en el entorno de los negocios.

Las ciudades son en el mundo motores de crecimiento y prosperidad, concentran las mayores oportunidades y la mejor calidad de vida; son centros de desarrollo económico y social, que buscan garantizar un entorno propicio para el desarrollo de la actividad productiva y la inversión con una infraestructura física y tecnológica moderna que permita elevar la productividad, mejorar la conectividad, facilitar la movilidad y ampliar el acceso a nuevos y más grandes mercados. En este sentido, el clima de los negocios en una ciudad es un factor determinante para los ejecutivos y hombres de negocios, que toman decisiones de inversión y de localización de sus empresas.

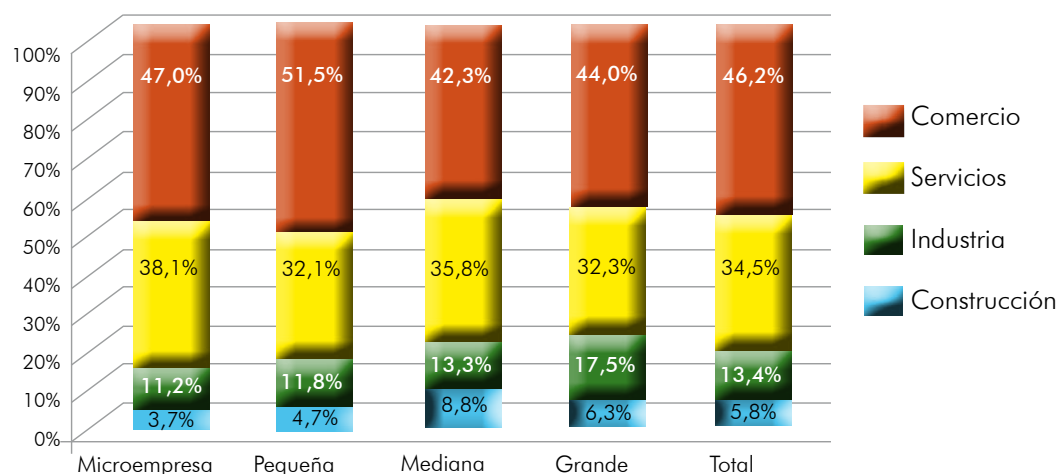
Bogotá es el principal centro empresarial del país en donde se localizan cerca de 271 mil empresas; es la ciudad que más aporta al PIB nacional (26%) y ha logrado ubicarse como la octava ciudad más atractiva en América Latina para vivir e invertir. Con una población de casi ocho millones de habitantes, Bogotá es el primer mercado de trabajo urbano y en su estructura productiva predominan las micro y pequeñas empresas (97%). Así mismo, en los últimos años ha logrado elevar su crecimiento económico, sustentado en el tamaño de su mercado, el aumento de las exportaciones y en la dinámica de la inversión extranjera directa.

Con la publicación de los resultados de la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011, la Cámara de Comercio de Bogotá le ofrece a las autoridades, a los empresarios y a la comunidad en general, información útil para identificar las fortalezas, debilidades y oportunidades competitivas de Bogotá en el contexto nacional e internacional, y las estrategias que han adoptado los empresarios para sostener el crecimiento de las empresas y de la economía de la ciudad.

Ficha técnica	
Nombre del estudio	Estudio de opinión y percepción de los empresarios de Bogotá sobre el clima de los negocios en la ciudad.
Objetivo	Medir la opinión y percepción del empresario de Bogotá sobre los resultados, dinámica y expectativas de la actividad productiva, teniendo en cuenta los factores que facilitan y obstaculizan el acceso a los mercados local, nacional e internacional; las facilidades y dificultades del entorno y los temas estratégicos que inciden en el desarrollo de la actividad productiva; la percepción sobre las acciones de la CCB y los temas en los que los empresarios requieren apoyo, las recomendaciones de los empresarios para favorecer el desarrollo de la actividad productiva en la ciudad, y el diseño del cuestionario para el módulo especial, sobre la percepción que tienen los empresarios del impacto de la informalidad en las actividades productivas formales, los factores que estimulan la informalidad y el conocimiento y utilización de la Ley de formalización y generación de empleo, así como las dificultades y recomendaciones sobre dicha Ley.
Público objetivo del estudio	Empresarios de Bogotá, registrados ante la Cámara de Comercio de Bogotá, clasificados según sectores de la actividad productiva, teniendo en cuenta el tamaño de la empresa.
Tipo de estudio	Cuantitativo - Concluyente
Corte del estudio	Descriptivo – Correlacional - Multivariado
Técnica empleada	Cuestionario estructurado - encuesta presencial
Muestra calculada	Muestra total: 1.600 encuestas Muestra total microempresa: 400 encuestas Muestra total pequeña empresa: 400 encuestas Muestra total mediana empresa: 400 encuestas Muestra total grande empresa: 400 encuestas
Muestra calculada	Margen de error total $\pm 2,44\%$ Margen de error microempresa $\pm 4,90\%$ Margen de error pequeña empresa $\pm 4,86\%$ Margen de error mediana empresa $\pm 4,75\%$ Margen de error grande empresa $\pm 4,43\%$
Nivel de confianza	95%
Fecha de desarrollo del estudio	29 de junio a 6 de octubre de 2011

1. Caracterización de las empresas

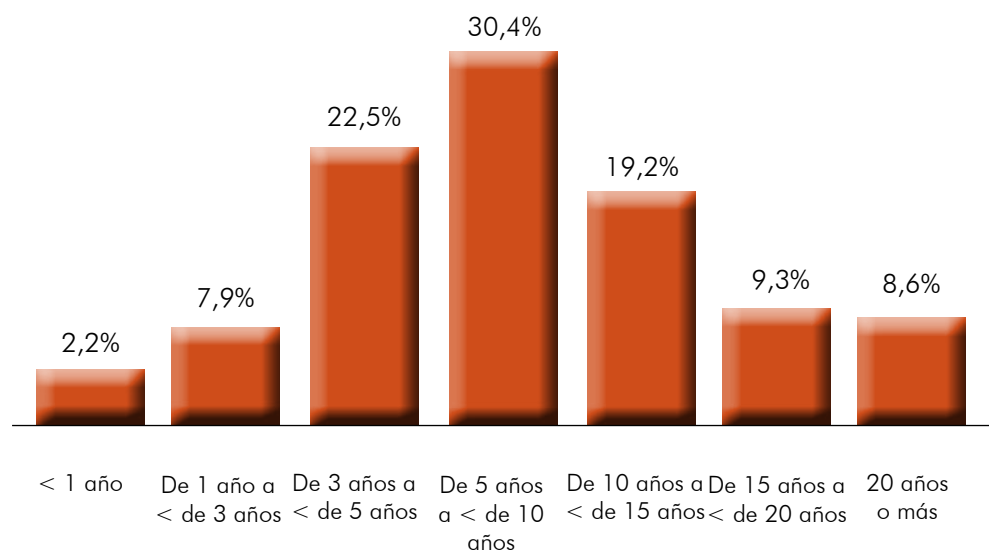
Tamaño y sector al que la empresa pertenece



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, en Bogotá se encuestaron 1.600 empresas: 400 micro, 400 pequeñas, 400 medianas y 400 grandes. Según la actividad económica, el 46,2% se dedicaban a las actividades de comercio, el 34,5% a los servicios, el 13,4% a la industria y el 5,8% a la construcción. La mayoría (68%) de las empresas tenían más de cinco años de funcionamiento.

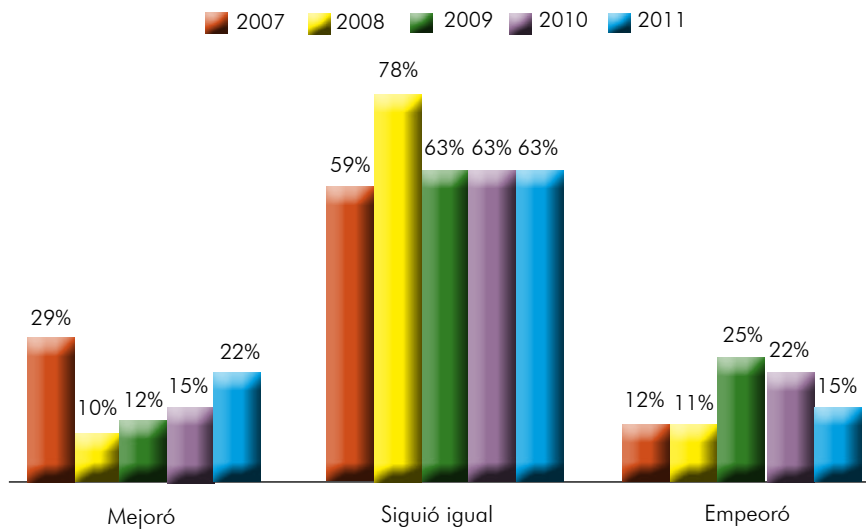
Tiempo de funcionamiento de la empresa



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

2. Percepción y perspectivas de la actividad productiva

La situación de su empresa en el último año:



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, mejoró la percepción sobre la situación económica de las empresas: el 22% de los empresarios percibió una situación mejor, frente al 15% que así lo consideró en el 2010. Igualmente, disminuyó el número de empresarios que percibieron una situación menos favorable.

Según el tamaño de la empresa, las grandes (61%) y medianas (46%) fueron las más optimistas; mientras que en las micros (29%) y pequeñas (30%) la percepción de una mejor situación fue menor.

Balance en el último año en su empresa en los siguientes temas:

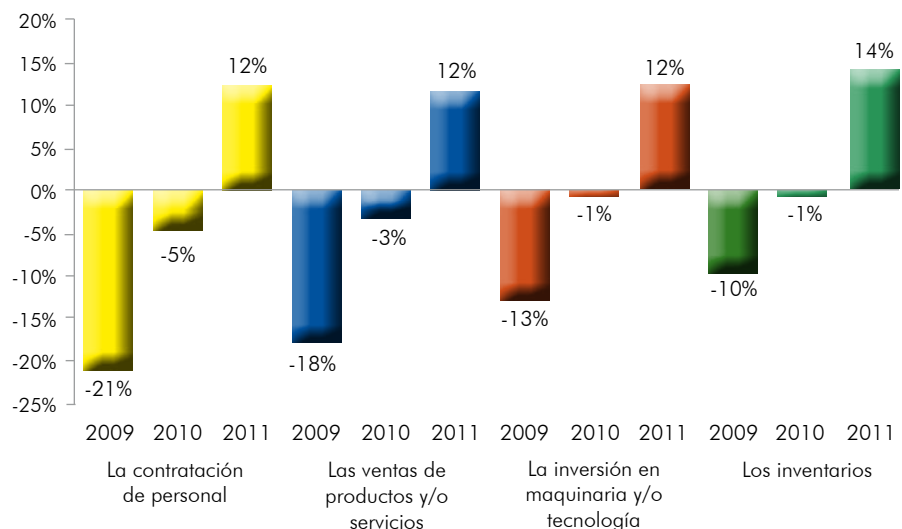
En el 2011, el mayor crecimiento de la economía bogotana se reflejó en los mejores balances de las empresas, que volvieron a ser positivos después de tres años consecutivos con resultados negativos.

El balance de la contratación de personal indica que las empresas contrataron más trabajadores que en los años anteriores.

En las ventas el balance fue positivo: la mayoría de los empresarios consideró que aumentaron o permanecieron iguales (88%). Sin embargo, los inventarios empezaron a aumentar.

La inversión en maquinaria y equipo también aumentó para el 20% de los empresarios.

Balance de contratación de personal, ventas, inversión e inventarios



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

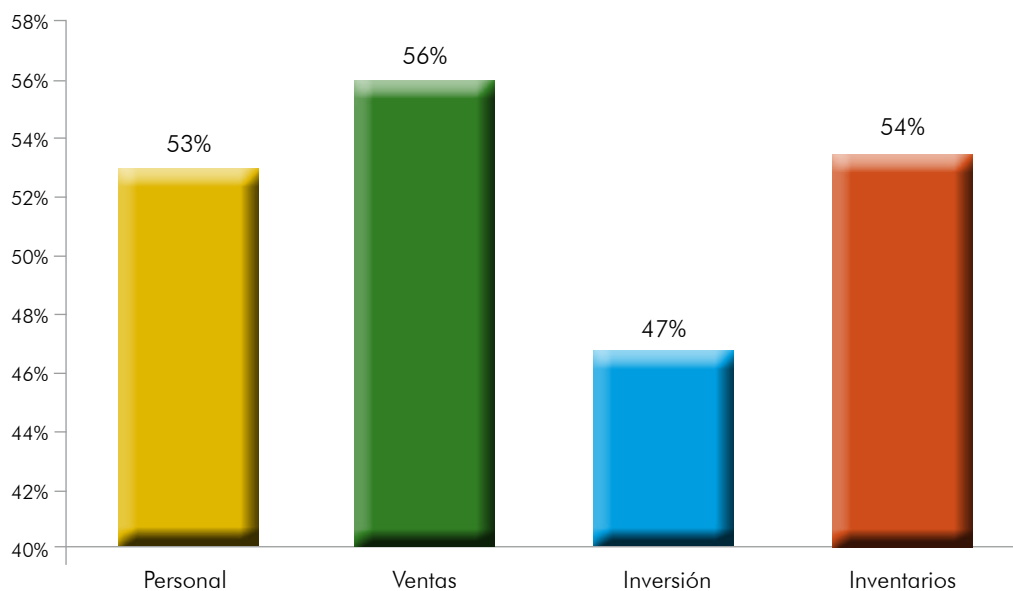
2. Percepción y perspectivas de la actividad productiva

Expectativas para el 2012

Las perspectivas para el 2012, indican que los empresarios en Bogotá son optimistas, en la medida que consideran que la contratación de personal, las ventas y la inversión serán superiores a los del 2011. Sin embargo, las expectativas fueron menores respecto a las del 2010.

Los más optimistas son los empresarios de las grandes empresas: más del 60% consideran que el próximo año será mejor; en la mediana (55%) y en las micro y pequeñas (50%) empresas el optimismo es menor.

Balance de las expectativas para el 2012 en la contratación de personal, las ventas, la inversión y los inventarios

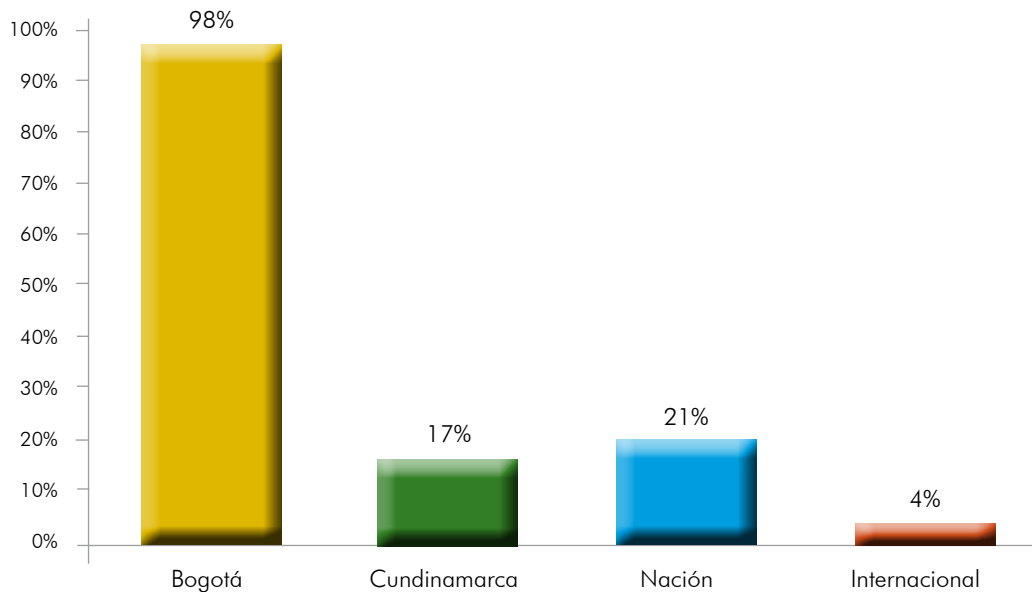


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.



3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

Mercado destino de los productos y servicios



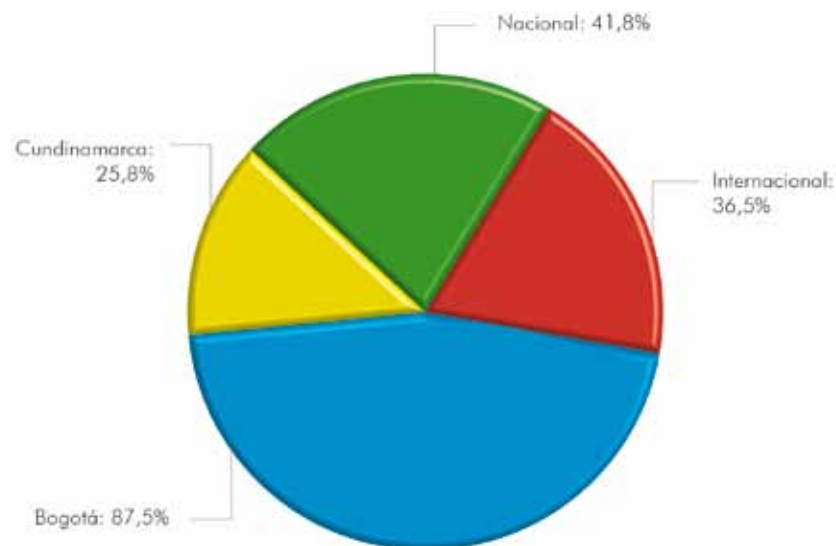
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Como es tradicional, el 98% de las empresas en Bogotá comercializaron su producción en el mercado local, principalmente las microempresas. El mercado Nacional es el segundo mercado más importante y el segundo destino de las grandes y medianas empresas.

Cundinamarca es también un destino importante para las pequeñas, medianas y grandes empresas.

Hacia los mercados internacionales son escasas las empresas que dirigen sus ventas, principalmente empresas grandes y medianas.

Porcentaje de la producción que destina para atender los mercados



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, el 87,5% de la producción de las empresas de Bogotá se vendió en el mercado de la ciudad. Este hecho es la expresión del predominio de micros y pequeñas empresas que atienden principalmente mercados locales.

Las empresas que vendieron sus productos y servicios en el mercado nacional (21%), destinaron el 41,8% de la producción a este mercado, principalmente las pequeñas empresas.

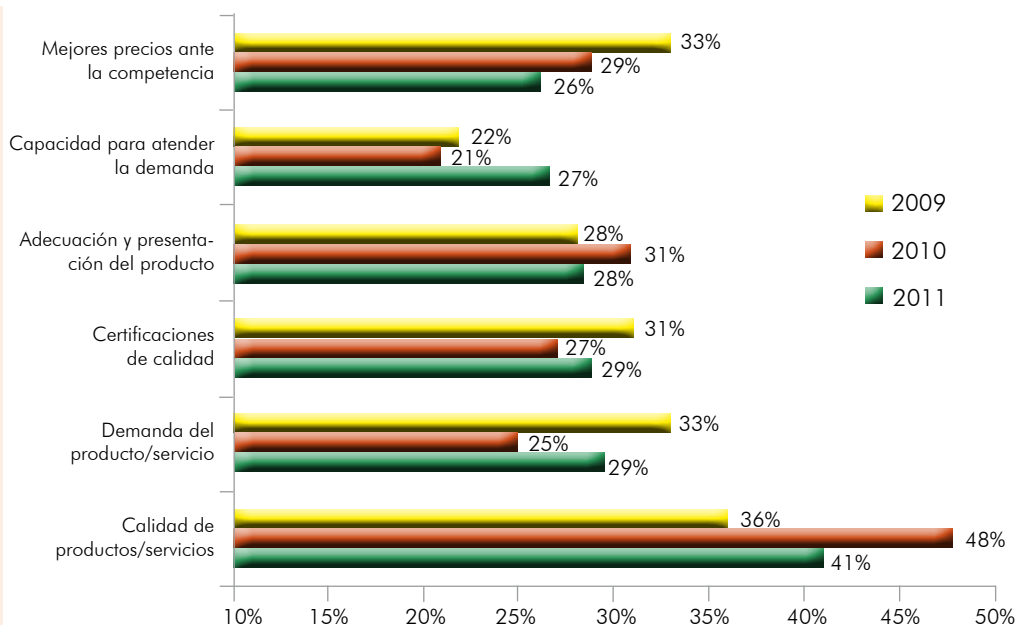
La orientación hacia los mercados internacionales recae sobre las grandes empresas, que venden en esos mercados el 36,5% de su producción.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

Factores determinantes para distribuir los productos o servicios en el mercado local

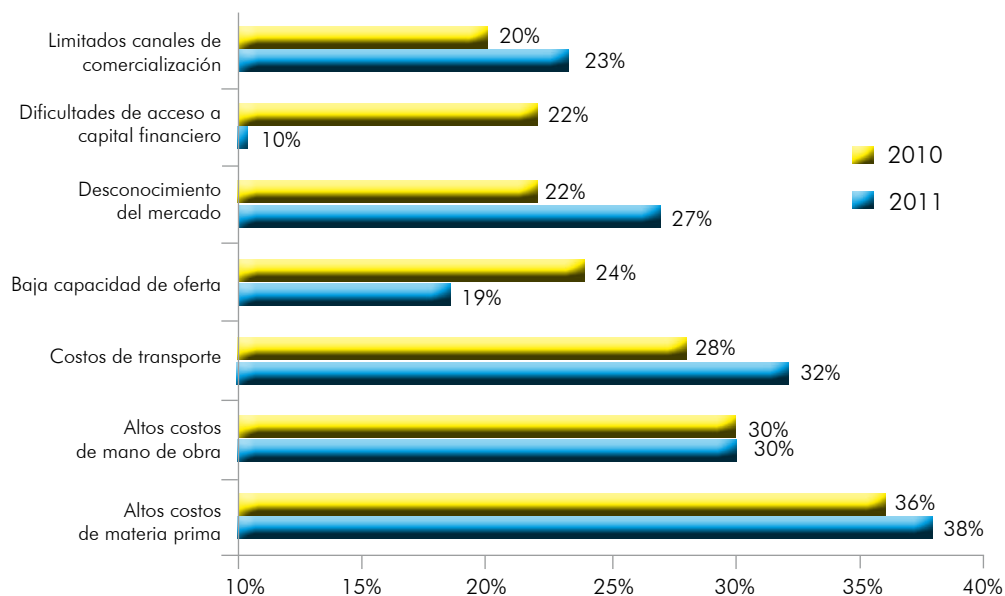
En el 2011, para los empresarios de Bogotá, la calidad de los productos y servicios (41%), la demanda del producto (29%) y las certificaciones de calidad (29%) fueron los tres factores más determinantes para comercializar sus productos y servicios en el mercado local.

Los principales cambios se percibieron en la demanda del producto y en las certificaciones de calidad, como ventajas para consolidarse en el mercado de la ciudad.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Obstáculos que dificultan la distribución de los productos y servicios en el mercado local



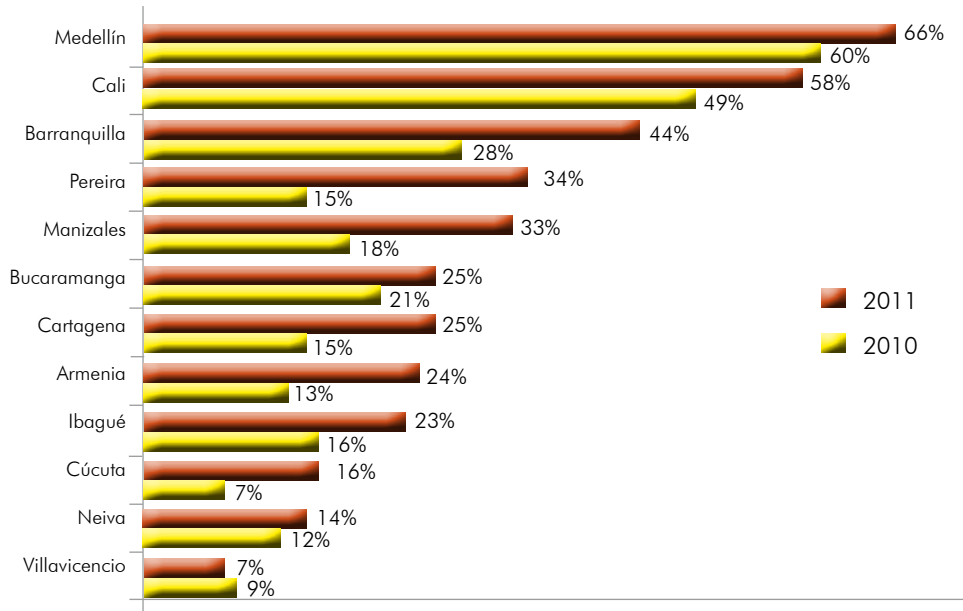
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, los altos costos de las materias primas (38%), del transporte (32%) y de la mano de obra (30%) se han convertido en los principales obstáculos que hicieron difícil la distribución de bienes y servicios en la ciudad.

El desconocimiento del mercado y los limitados canales de comercialización, también dificultaron la actividad empresarial

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

Ciudades en las que comercializa los productos o servicios



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

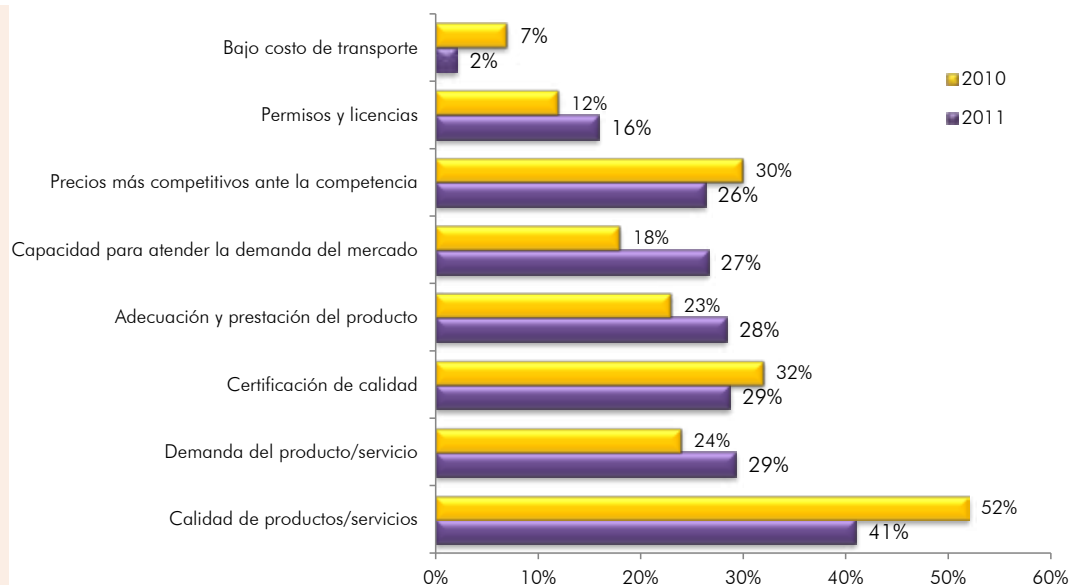
Medellín y Cali se mantienen como las ciudades donde más comercializan sus productos las empresas de Bogotá. Estas dos ciudades tienen mercados con más de dos millones de personas y cuentan con alta capacidad de compra, más de US\$ 10.000 por persona.

En las demás ciudades, se tiene un mercado de más de 10 millones de consumidores, con una variada demanda de productos que se pueden distribuir desde Bogotá. Principalmente en Barranquilla y Pereira donde ha aumentado la comercialización.

Factores determinantes para distribuir los productos o servicios en el mercado nacional

El factor más importante que consideran los empresarios para distribuir sus productos y servicios en el mercado nacional es contar con un producto de calidad.

Según el tamaño de la empresa, el segundo factor varía. En las micros y pequeñas también es importante la adecuación y prestación del producto, en las medianas, la demanda del producto y en las grandes tener certificación de calidad en sus procesos o productos.



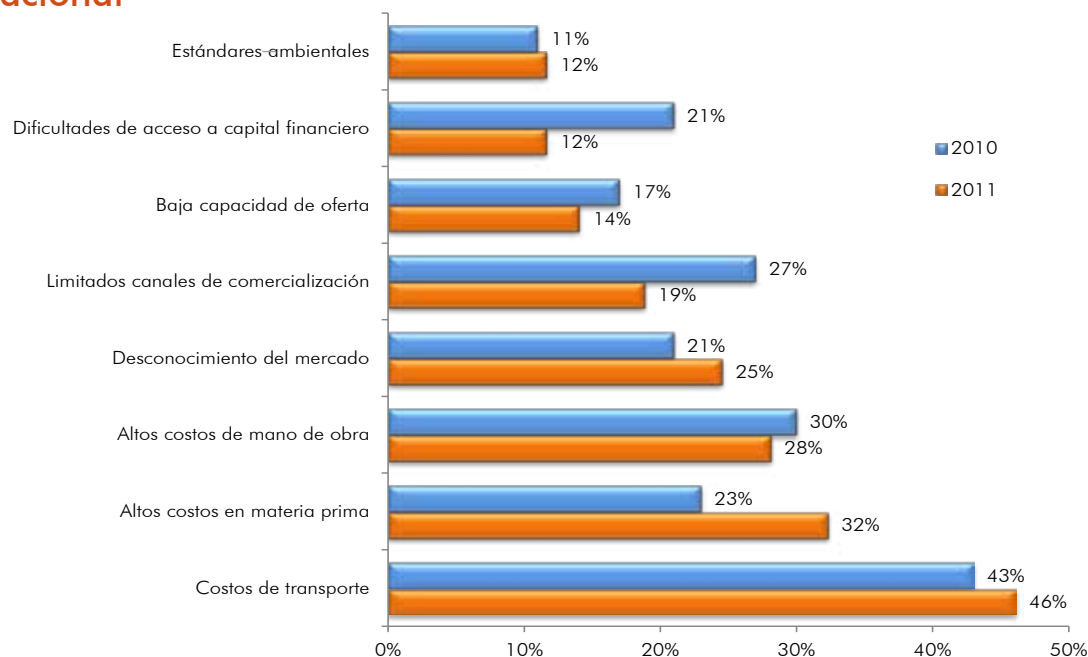
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

3. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado local y nacional

Obstáculos que dificultan la distribución de los productos y servicios en el mercado nacional

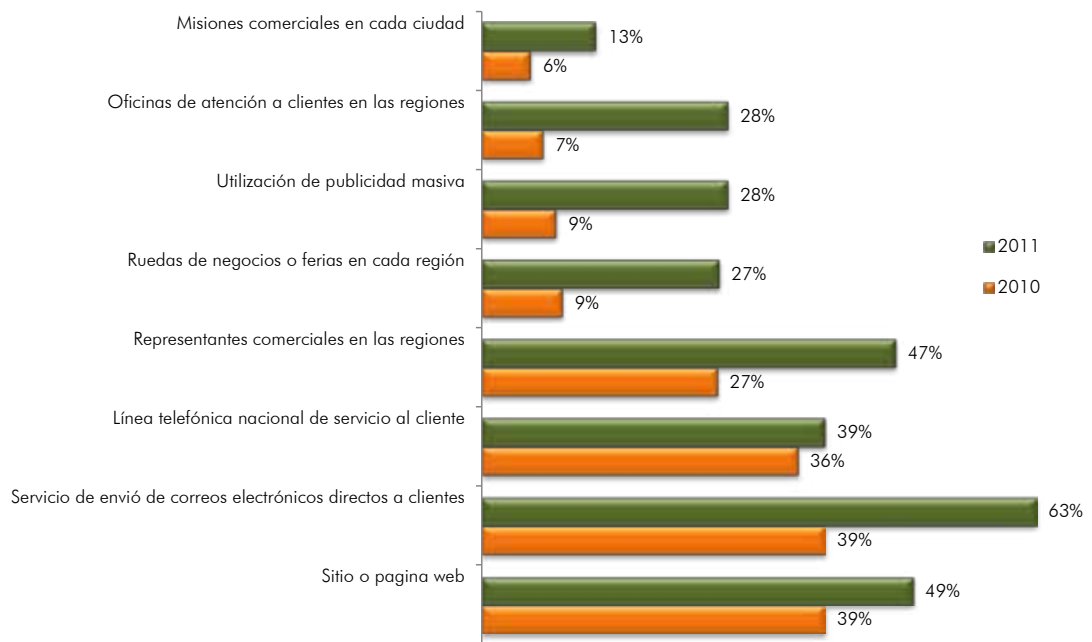
Los costos de transporte y los altos costos de materia prima y de mano de obra son los obstáculos que limitan la comercialización de los productos y servicios en otras regiones de Colombia.

A las microempresas también les afecta los limitados canales de comercialización, y a las pequeñas y medianas el desconocimiento del mercado



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Recursos con los que cuentan las empresas para dar a conocer sus productos y servicios en otras regiones de Colombia



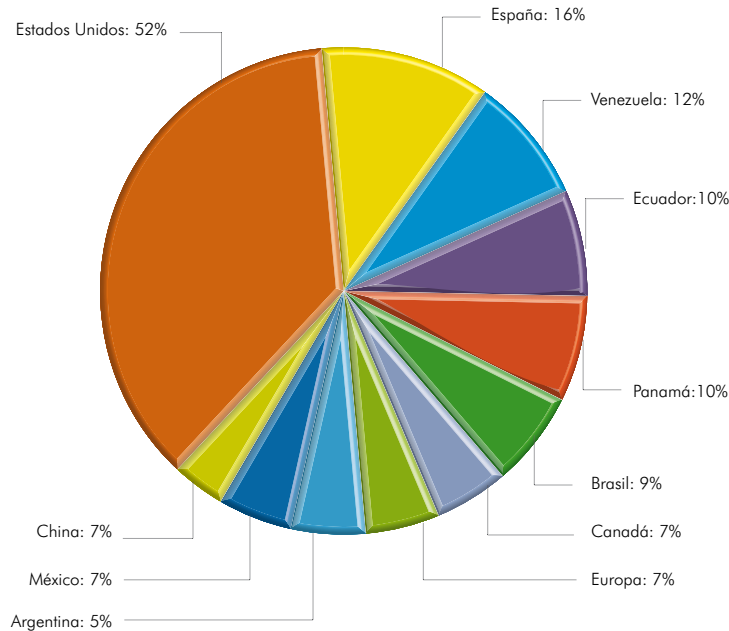
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

El uso de páginas web, el envío de correos electrónicos y los Call center a nivel nacional son las tres estrategias más importantes que utilizan los empresarios de Bogotá para dar a conocer sus productos y servicios en los mercados de otras regiones de Colombia.

Esta tendencia se mantiene entre todos los tamaños de empresa, donde el uso de las nuevas tecnologías como medio para dar a conocer sus productos y servicios ha ido en aumento.

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

País al que exporta



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, los mercados de exportación más importantes para las empresas de Bogotá, han sido los de Estados Unidos, España y Venezuela.

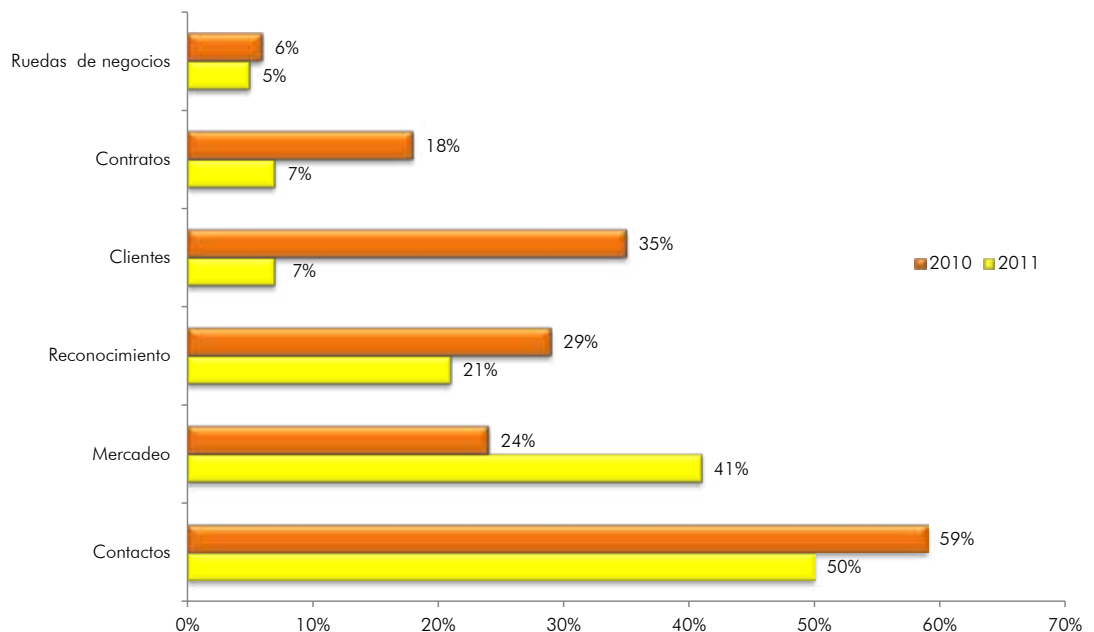
Éstos han sido mercados tradicionales para los exportadores de Bogotá, que venden en esos países principalmente productos químicos, plásticos y bienes agroindustriales.

En los últimos años, hacia Venezuela, que ha sido uno de los mercados más importantes, el número de exportadores se ha reducido por las dificultades comerciales con el vecino país.

¿Cómo identificó las oportunidades de mercado para exportar?

Los aspectos más importantes para identificar oportunidades en los mercados internacionales siguen siendo los contactos comerciales y las estrategias de mercadeo.

En las medianas y grandes empresas, los contactos y el mercadeo son las dos estrategias más utilizadas; en las pequeñas empresas el mercadeo y el reconocimiento que han logrado. Y en las micro principalmente los contactos, el reconocimiento y los clientes.



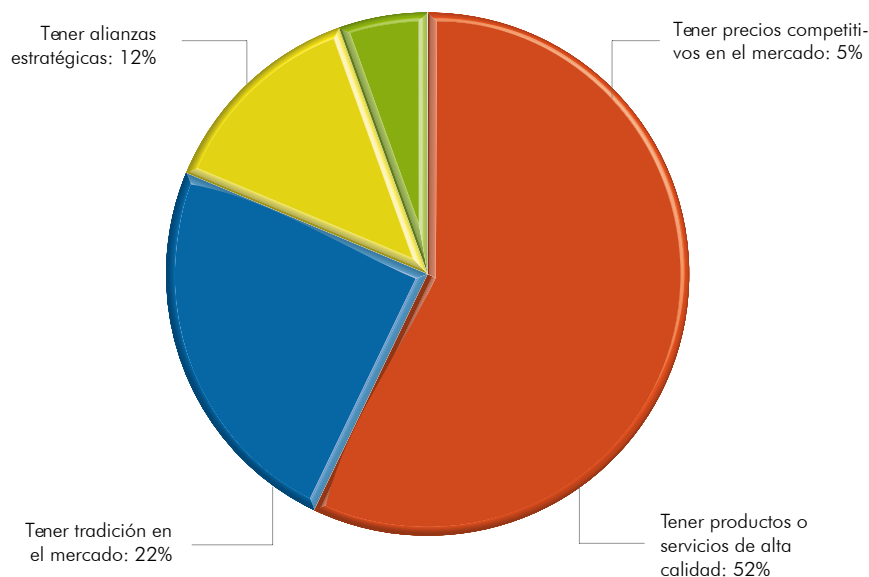
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

Principal fortaleza que tiene la empresa para exportar

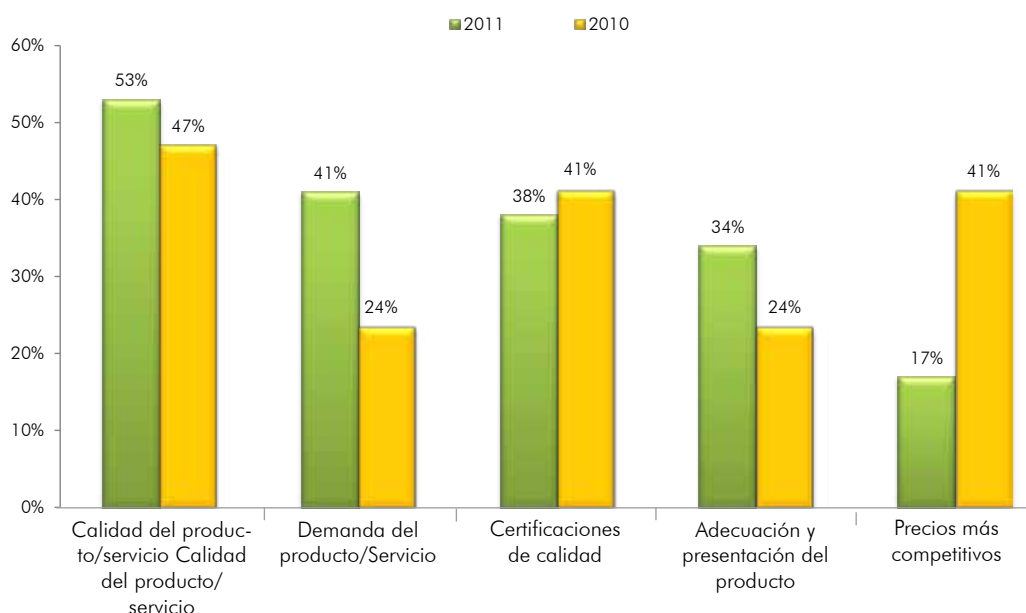
Los empresarios de Bogotá manifestaron que las principales fortalezas que tienen sus empresas para exportar son tener productos y servicios de alta calidad (52%) y tradición en el mercado (22%).

En las medianas y grandes empresas también juegan un papel importante las alianzas estratégicas y los precios competitivos. Además de disponer de un plan de logística para abastecerse y distribuir sus productos o servicios.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Factores que le facilitan exportar sus productos y servicios



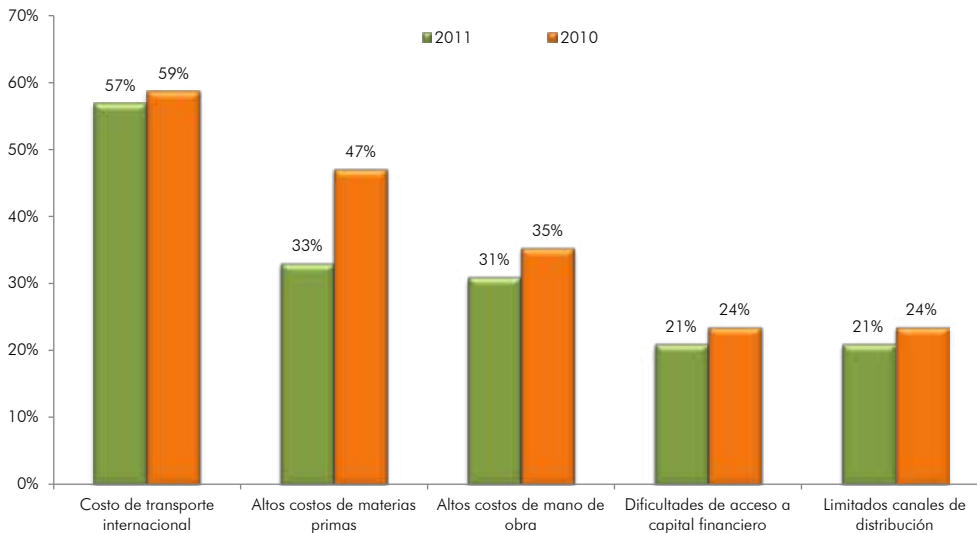
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Los factores que facilitaron la actividad exportadora para los empresarios de Bogotá fueron: calidad del producto (53%), la demanda del producto (41%) y las certificaciones de calidad (38%). También destacaron la presentación del producto y los precios competitivos.

Los empresarios de Bogotá, principalmente en las exportaciones de bienes industriales, se han consolidado en nichos de mercado de otros países de América Latina con productos de calidad y precios competitivos.

4. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el mercado internacional

Factores que dificultan exportar sus productos o servicios



En el 2011, el alto costo del transporte internacional (57%) y de las materias primas (33%) se mantienen como los principales factores que limitan la actividad exportadora.

Esta situación se relaciona con los altos costos transfronterizos, que superan el promedio de los países de América Latina y hace más costosa la producción (costos de mano de obra) y limita la capacidad de entrar en los mercados internacionales (acceso al crédito y los limitados canales de distribución).

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Recursos que utilizan las empresas para dar a conocer sus productos o servicios en los mercados internacionales

Para dar a conocer sus productos y servicios, los empresarios de Bogotá, en su mayoría utilizan páginas web, el envío de correos electrónicos y las alianzas estratégicas.

En las grandes empresas, también se destaca la participación en ruedas de negocios o ferias en el país al cual se quiere exportar y las líneas telefónicas de servicio al cliente.

En las medianas el acceso a canales de comercialización y la ubicación de representantes comerciales en los países a los que exporta.



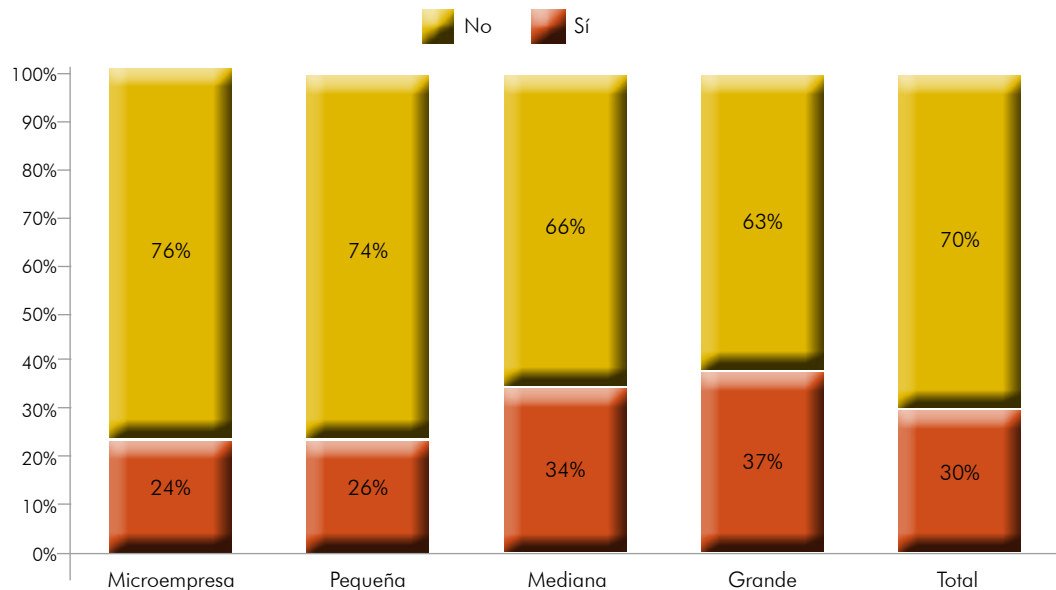
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

5. Intenciones de ampliación empresarial

¿La empresa tiene intención de ampliar la comercialización de sus productos y servicios?

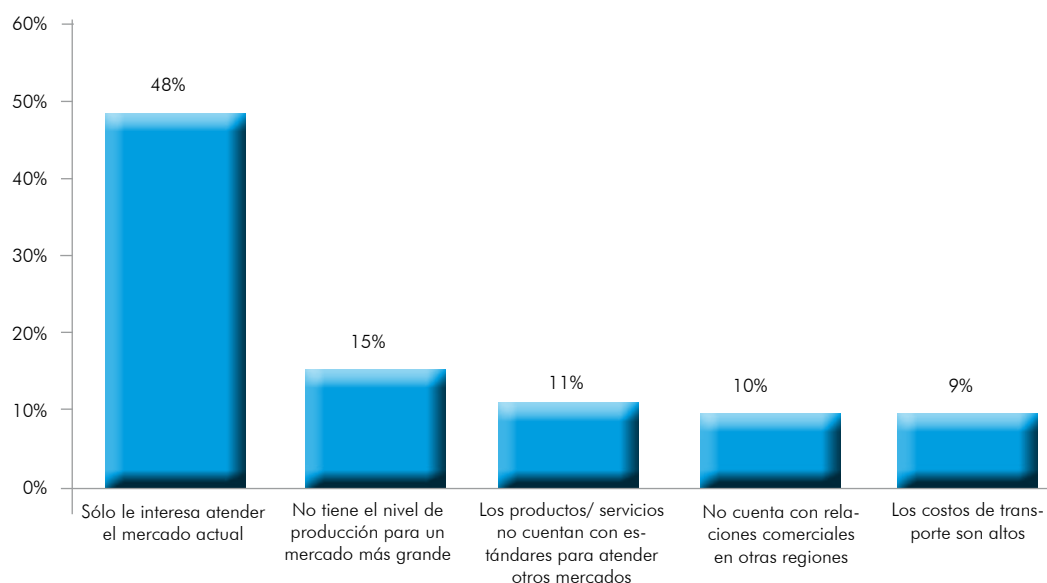
Sólo una tercera parte de los empresarios está interesada en comercializar sus productos y servicios en otras regiones del país o el mundo. En las micros y pequeñas empresas es aún menor.

Las grandes empresas tienen intenciones de ampliar la comercialización de sus productos con otras regiones, por la capacidad de ofrecer con ventajas sus productos y servicios en otros mercados de Colombia y del mundo.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿Por qué no le interesa?



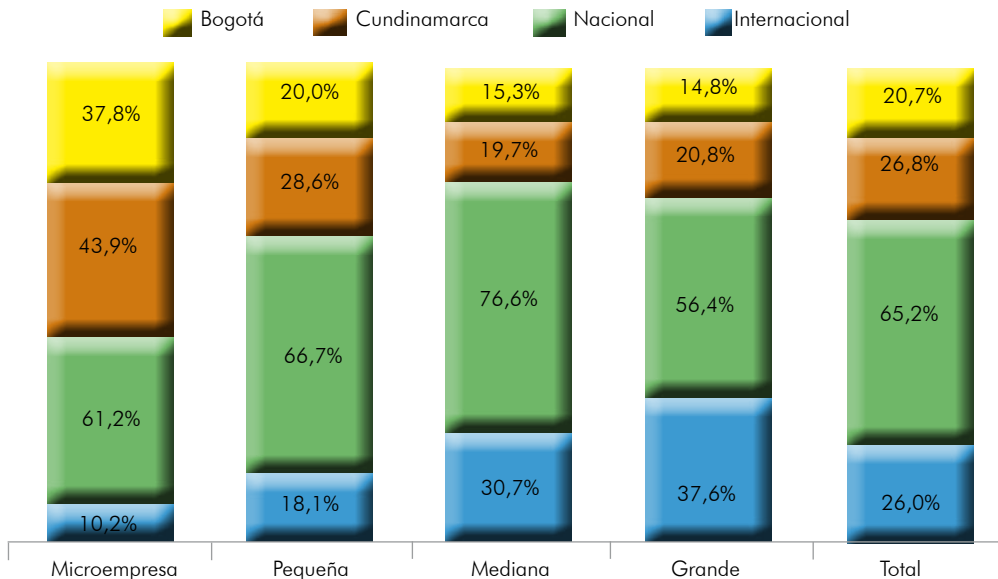
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

La mayoría de los empresarios que no les interesa comercializar sus productos y servicios, solo les interesa atender los mercados a los que actualmente comercializa.

En las micros y pequeñas también influye el no tener el nivel de producción para atender otros mercados.

5. Intenciones de ampliación empresarial

Si le interesa ampliar la comercialización de sus productos y servicios, ¿En cuál de los mercados le interesa ampliar la comercialización?



A la mayoría de las empresas les interesa comercializar sus productos y servicios en el mercado nacional.

En las grandes y medianas empresas también es importante atender el mercado internacional.

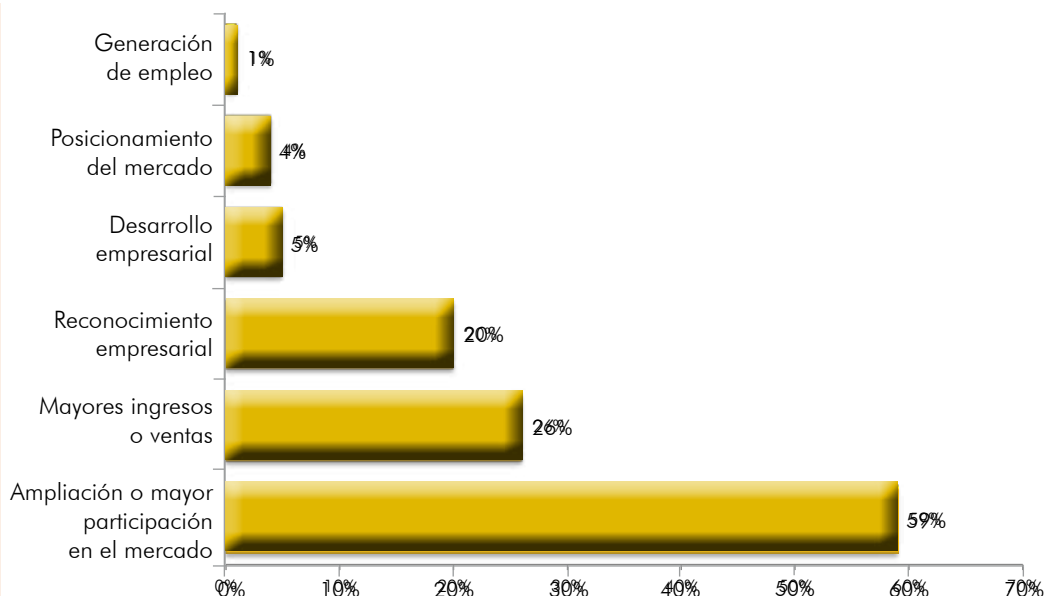
En las micros y pequeñas el interés de ampliación comercial está principalmente en el mercado local y en el mercado de Cundinamarca.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Principal razón por la cual si le interesa

La principal razón para ampliar la comercialización está en lograr un mercado con mayor número de consumidores y tener una mayor participación en el mercado.

En segundo lugar, se busca tener mayores ingresos o ventas y en tercer lugar, lograr un mayor reconocimiento, principalmente las micros y las pequeñas empresas.



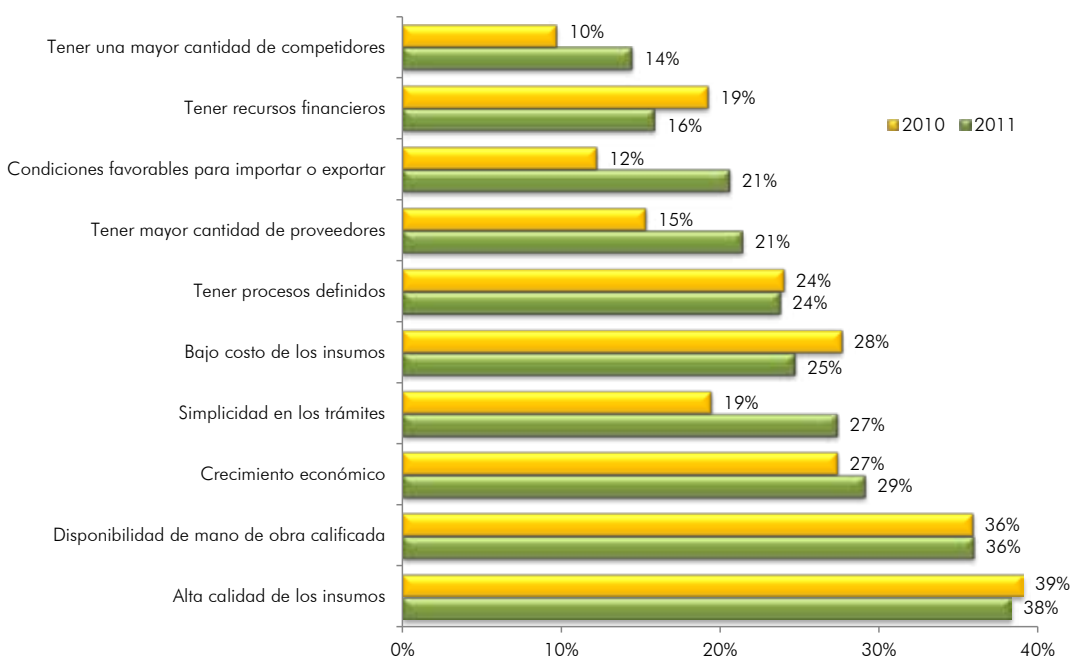
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

6. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad productiva, percepción global

Factores que favorecen el desarrollo de la actividad económica de la empresa

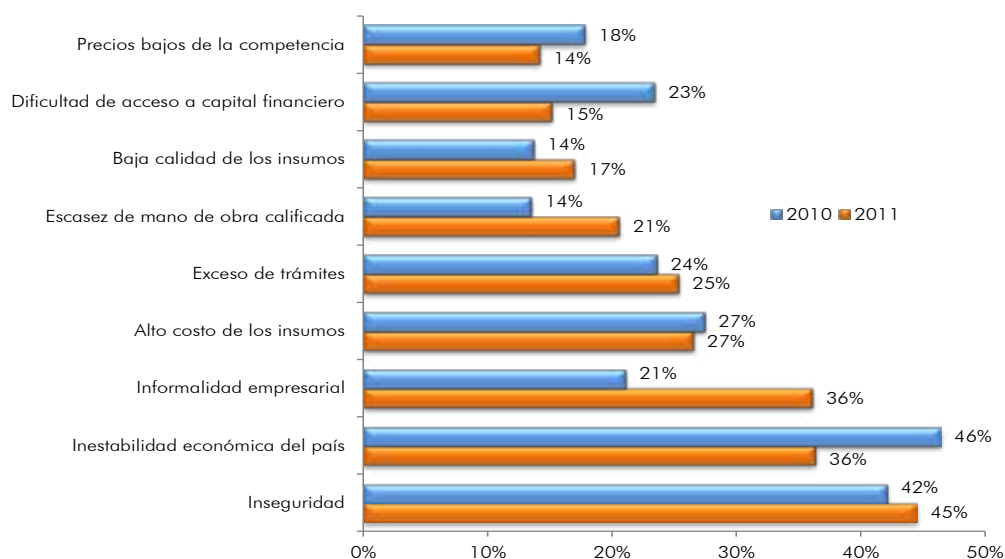
Los factores que más favorecen la actividad económica siguen siendo la alta calidad de los insumos, la disponibilidad de mano de obra calificada y el crecimiento económico. También se destacan la simplificación de trámites y el bajo costo de los insumos.

Por tamaño de empresa, tener mayor cantidad de proveedores y bajo costos de los insumos han favorecido más a las micros y a las pequeñas. A las grandes y medianas tener procesos definidos y condiciones favorables para importar y exportar.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Factores que obstaculizan el desarrollo de la actividad económica de la empresa



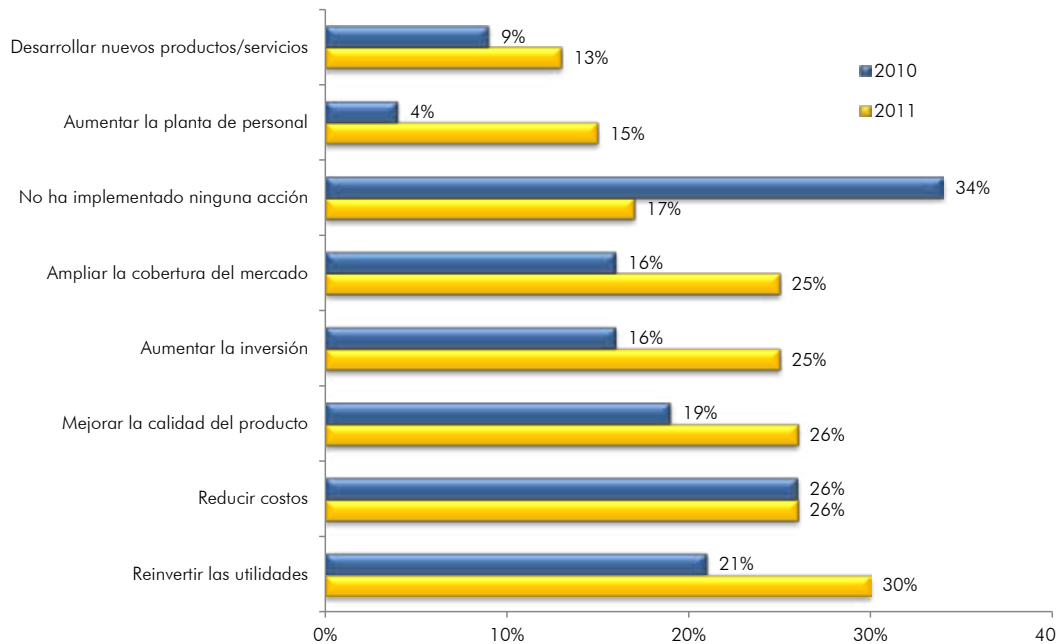
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Los factores que más han obstaculizado la actividad económica son la inestabilidad económica, la inseguridad y el alto costo de los insumos. También se destacan las dificultades de acceso al capital financiero y la informalidad.

Por tamaño de empresa, la inestabilidad económica, la inseguridad y el exceso de trámites han afectado más a la grande y mediana empresa. A la micro y pequeña empresa, la inestabilidad económica, la inseguridad y el alto costo de los insumos.

6. Factores del entorno que favorecen o dificultan el desarrollo de la actividad económica en el ámbito global

Acciones para fortalecer el posicionamiento y participación de la empresa en el mercado



Para fortalecer el posicionamiento y la aumentar la participación en el mercado, las empresas principalmente han reinvertido las utilidades, reducido costos y mejorado la calidad del producto.

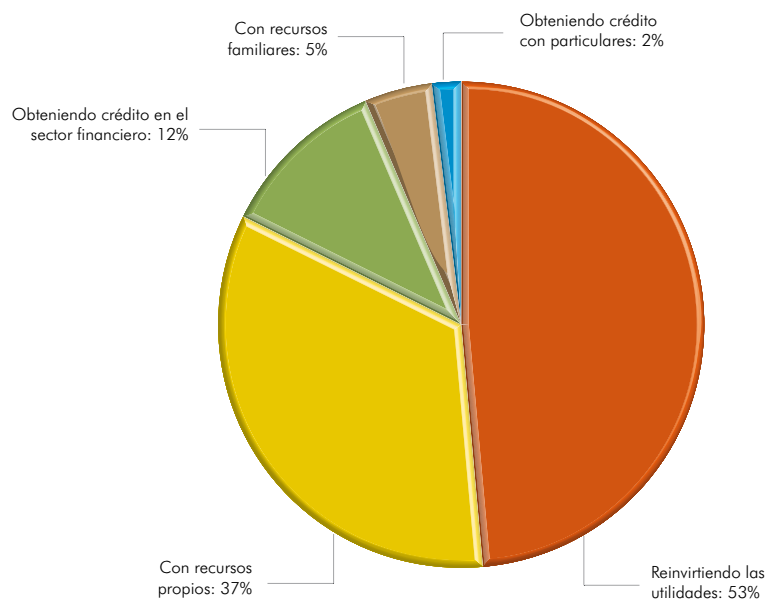
Las grandes empresas también han ampliado la cobertura del mercado, en otras regiones del país y en otros países. Mientras las micros, pequeñas y medianas han aumentado la inversión.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿Cómo financia el desarrollo de la actividad empresarial?

La reinversión de utilidades y el uso de recursos propios son las principales fuentes de financiamiento de las empresas en Bogotá.

El crédito con el sector financiero también es una alternativa importante. Sin embargo, esta última alternativa es más utilizada por las grandes empresas que por las micros, para el 48% de las microempresas acceder a un crédito es difícil, mientras que así lo consideran el 24% de las grandes empresas.



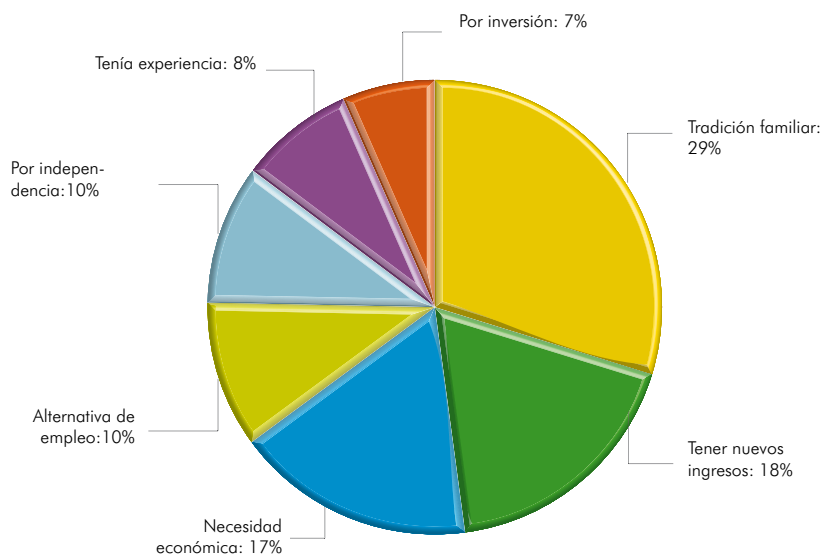
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Cómo identificó la oportunidad de negocio para crear su empresa?

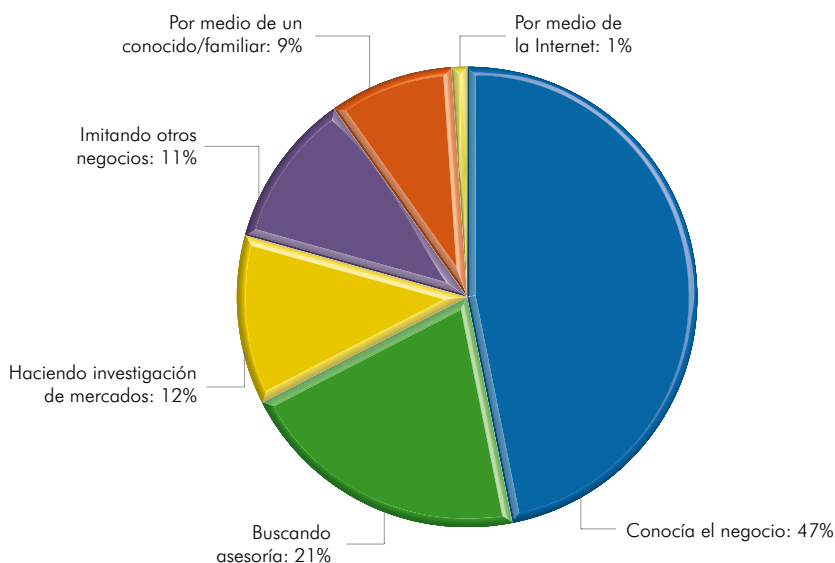
La mayoría de los empresarios identificó la oportunidad del negocio por tradición familiar. También se destaca el deseo de tener nuevos ingresos y la necesidad económica.

Las opciones de alternativa de empleo tienden a concentrarse en empresas pequeñas y de corto plazo. Al igual, que el buscar independencia económica.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Principal razón para crear empresa



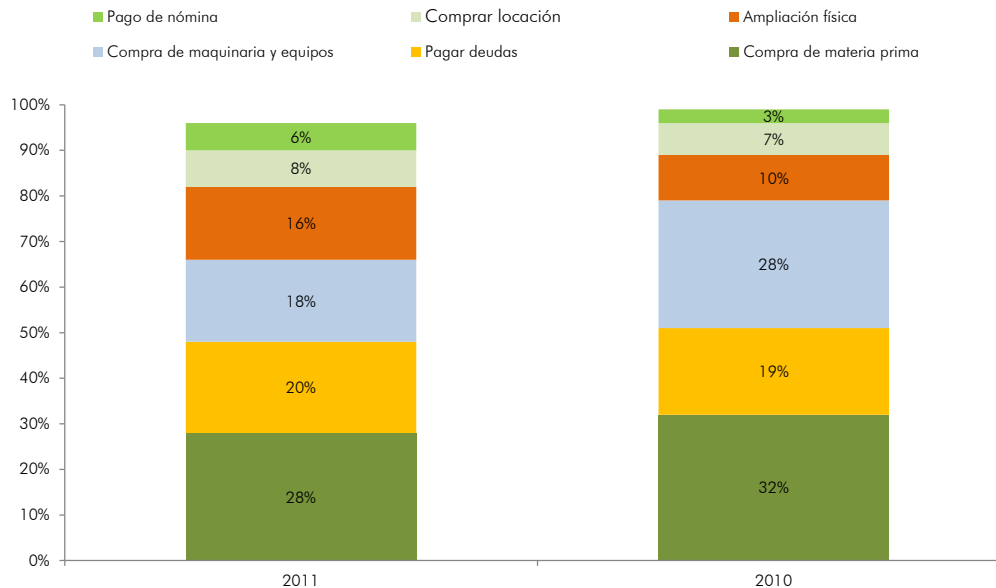
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

La principal razón para crear empresa en Bogotá es por identificación de oportunidad, ya sea por experiencia o porque conocía el negocio. Es importante para los empresarios el emprendimiento; por ello, la experiencia, tener nuevos ingresos, la independencia y la necesidad de invertir, están entre las razones más frecuentes.

Por tanto, es necesario consolidar un entorno empresarial en la ciudad que promueva aún más la actividad emprendedora con base en la identificación de oportunidades, para tener empresas sostenibles a más largo plazo.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

Principal destino de los recursos que le prestaron



Comprar materias primas, pagar deudas y compra de maquinaria fueron los dos destinos más importantes del crédito en las empresas de Bogotá.

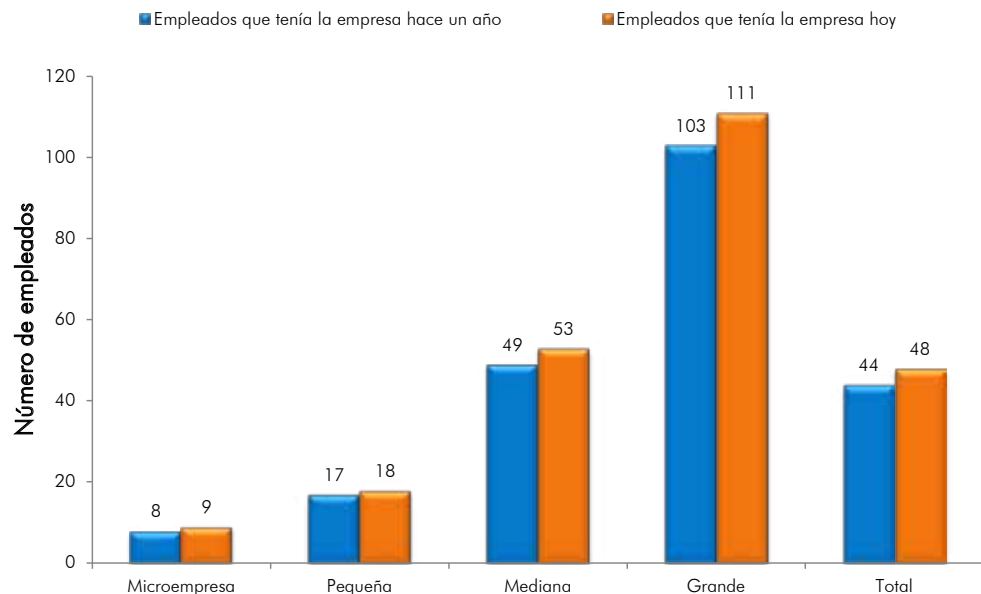
Es decir, para las empresas el crédito ha sido una fuente importante para financiar el capital de trabajo y la inversión; por tanto, su disponibilidad y acceso son fundamentales para el crecimiento de las empresas.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Planta de personal actualmente y hace un año

En el 2011, las empresas en Bogotá aumentaron su planta de personal. En promedio pasaron de 44 empleados en el 2010 a 48 empleados en el 2011.

Las empresas que más contrataron personal fueron las grandes empresas, mientras que en las micros y pequeñas el aumento en promedio fue de una persona. Este resultado es favorable ya que las micros generan el 57% del empleo en la ciudad y las pequeñas el 11%.



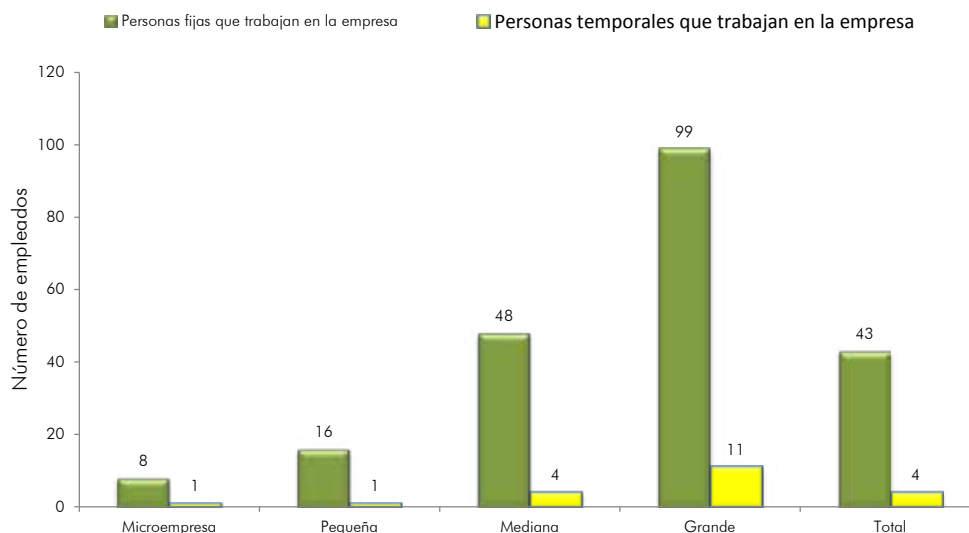
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

¿Cuál es el número promedio de personas fijas y temporales que trabajan en la empresa?

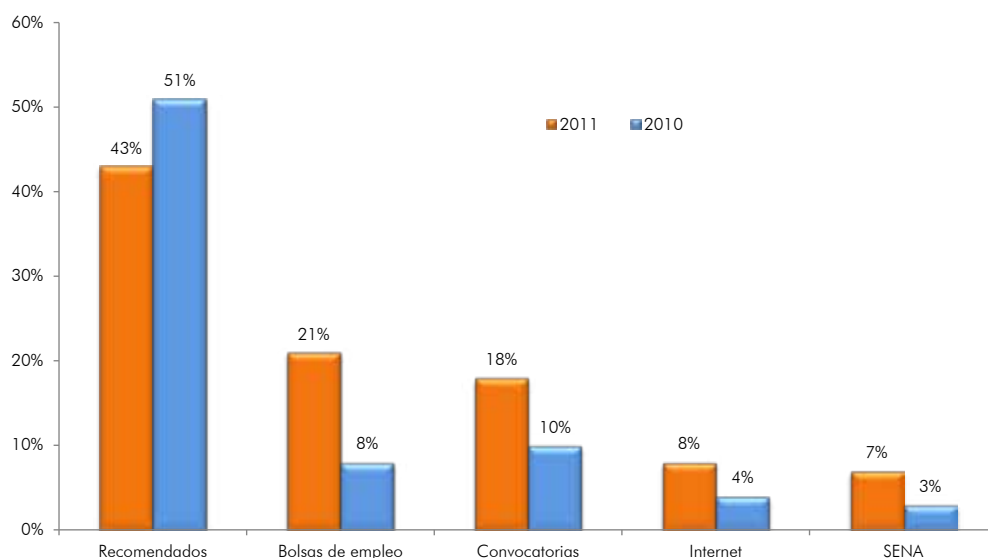
En el 2011, el 92% de las personas que trabajan en las empresas estaban vinculadas como contrato a término fijo.

En la gran empresa, sólo el 10% de los contratos eran temporales. En la mediana, el 8%, en la pequeña el 6% y en la microempresa el 11%, donde esta clase de contratación es mayor.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿Cuál es el medio que usa la empresa con mayor frecuencia para buscar personal?



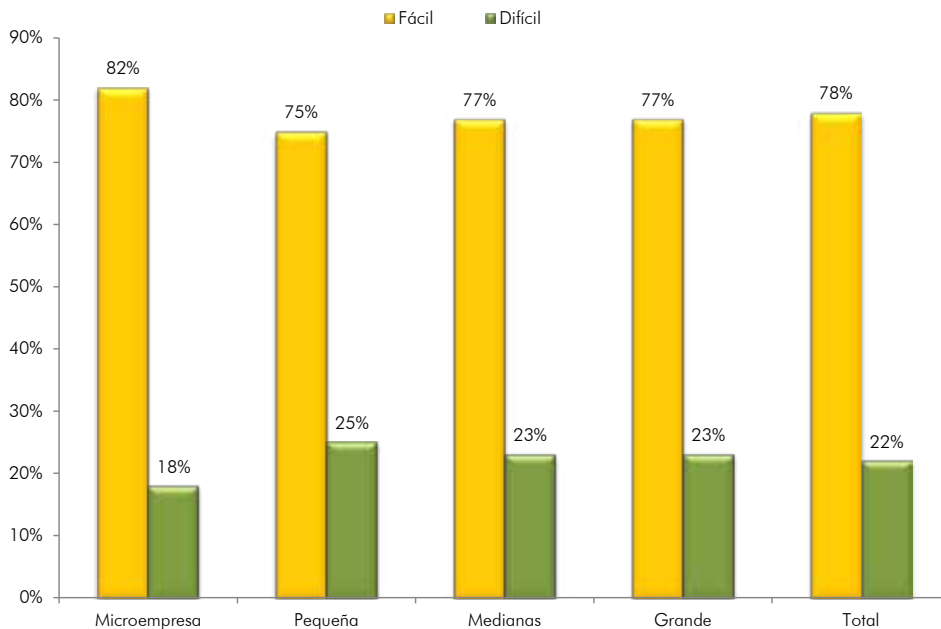
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

El personal recomendado se mantiene como el medio más frecuente que utilizan las empresas en su proceso de contratación de empleados. En la micro y pequeña empresa es donde tiene mayor frecuencia esta modalidad.

En la mediana (25%) y gran empresa (30%) las bolsas de empleo son la segunda fuente más importante para conseguir empleados. Esta modalidad les da seguridad y confianza en los procesos de contratación.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

Facilidad para encontrar personal calificado e idóneo para el empresa



En general, para las empresas de Bogotá es fácil conseguir personal calificado. En el 2011, aumentó el número de empresarios que perciben mayores facilidades para la contratación de persona calificado, especialmente las micro y pequeñas empresas.

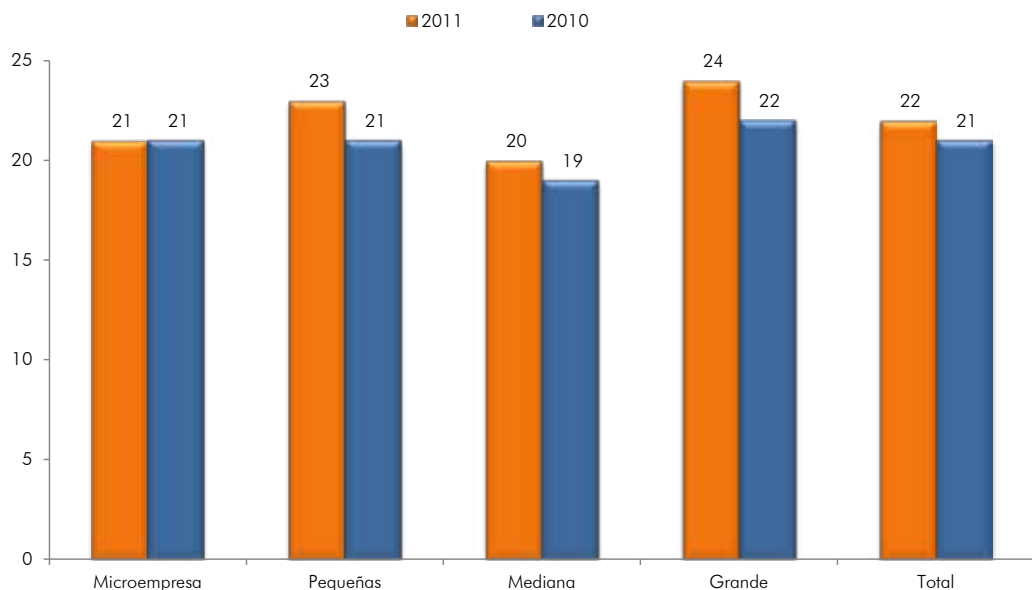
En gran parte, esta situación se debe a la calificación y experiencia que se requiere para desempeñar tareas muy específicas de la empresa

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Tiempo promedio para conseguir el personal capacitado para su empresa

Sin embargo, en el 2011, el tiempo promedio que las empresas tardaron para conseguir personal capacitado fue mayor que en el 2010, 1 día más.

La mediana empresa se mantiene como el tamaño que menos tiempo requiere, 20 días. La grande utiliza más tiempo, 24 días, probablemente por el proceso de selección de personal que muchas de estas empresas utilizan.



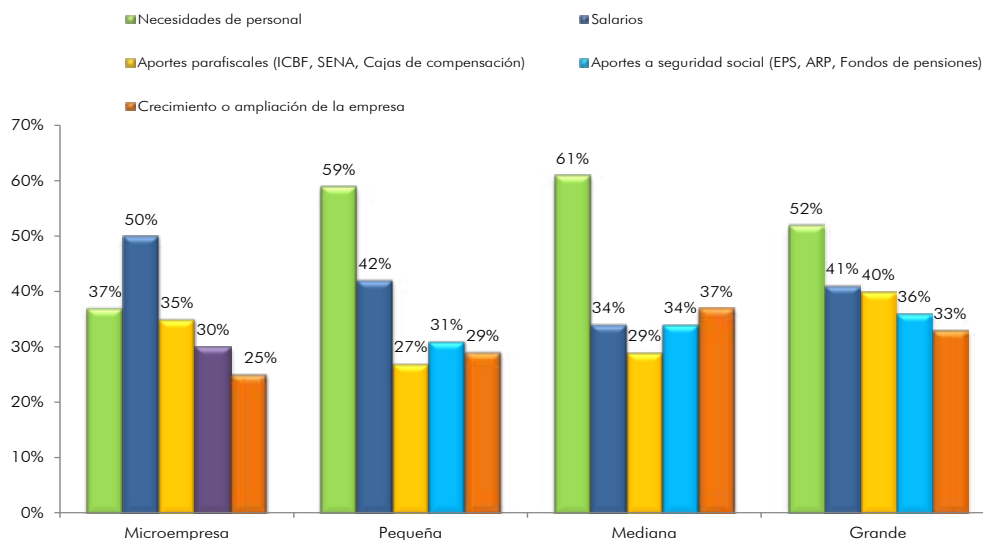
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

Factores que tiene la empresa para contratar personal

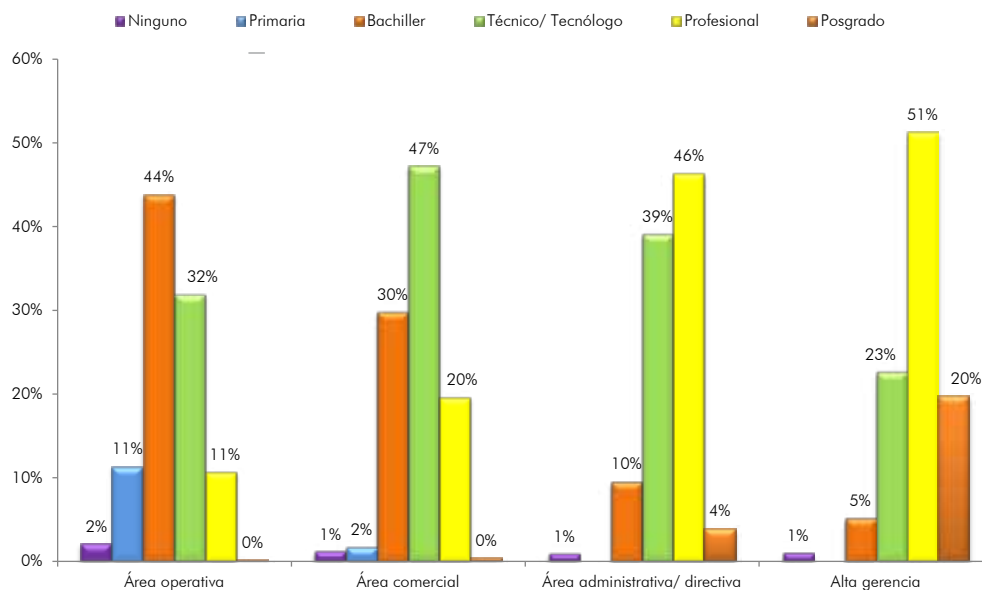
Como es de esperarse, la necesidad de personal es el principal factor de las empresas para contratar personal, a excepción de las microempresas donde prima el nivel de salarios a la hora de contratar personal.

En la mediana empresa por sus características, el crecimiento o ampliación de la empresa es el segundo factor mas importante a la hora de contratar personal.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Formación que debe tener el personal de la empresa, por áreas



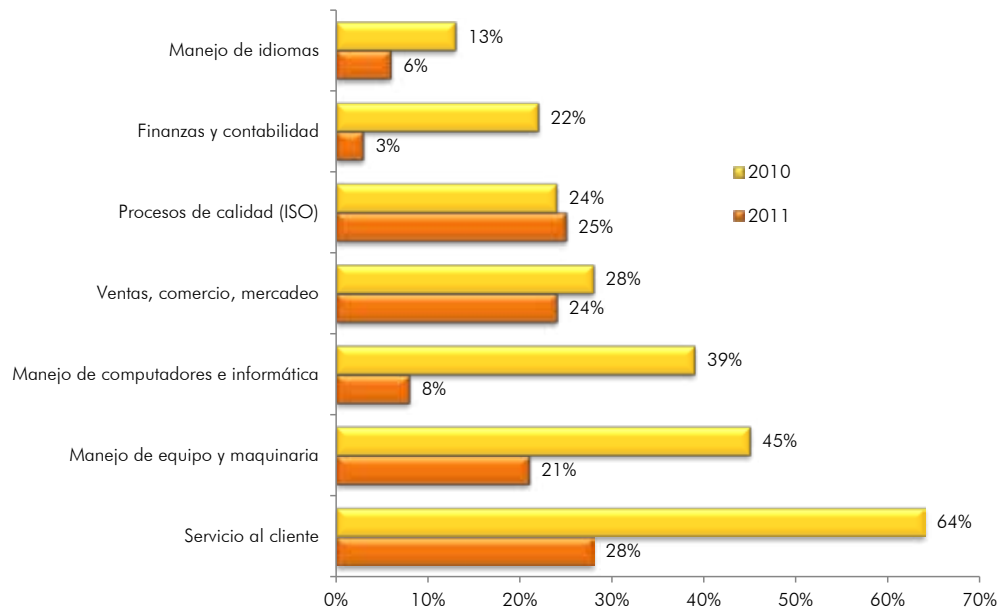
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

En el 2011, las empresas en el área operativa prefieren tener personal con bachillerato.

En las áreas administrativa y de alta gerencia, por las funciones que se requieren, se contrata un mayor número de personal en grados de tecnólogo o profesional para garantizar mayor eficiencia en el desempeño de estos cargos.

7. Percepción y opinión de los empresarios sobre temas estratégicos

Temas en los que requiere capacitar al personal de la empresa



En el 2011, las empresas en Bogotá capacitaron al personal principalmente en cuatro temas: servicio cliente, manejo de equipo y maquinaria y manejo de computadores e informática.

También se destacan los temas de ventas, comercio y mercadeo y procesos de calidad. Estos temas son prioritarios para fortalecer la calidad de los productos y garantizar la participación en el mercado.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

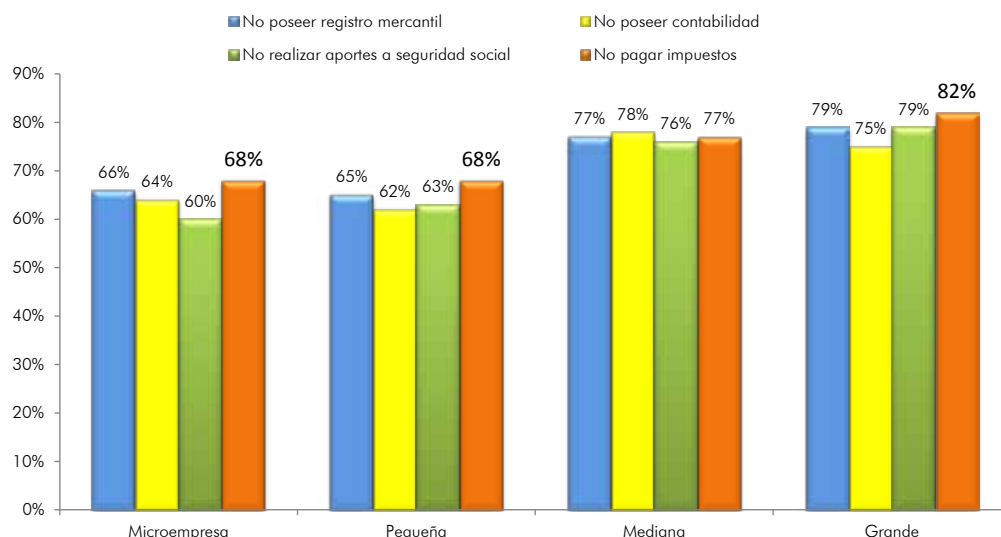


8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Conocimiento de la informalidad empresarial según

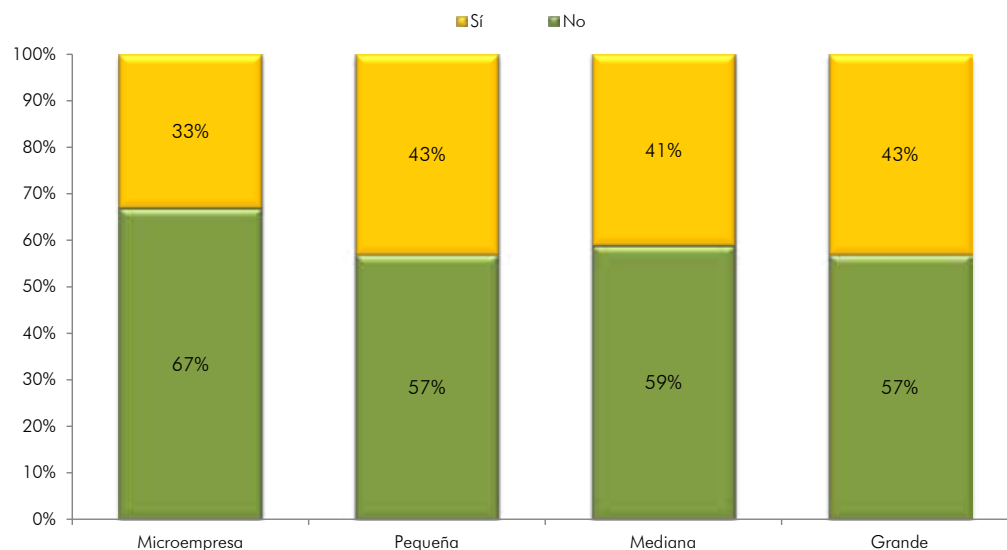
Las empresas denominadas como grandes son las que tienen mas conocimiento acerca de los distintos factores de la informalidad empresarial.

La informalidad de acuerdo por falta de pago de impuestos es la característica mas reconocida por los empresarios sin importar el tamaño de las empresas.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿En el sector de su empresa existen actividades informales?



En las pequeñas y grandes empresas es donde mas reconocimiento de la existencia de actividades informales hay con un 43%.

Por su lado entre los empresarios de empresas micro solo un 33% muestra conocimiento de la existencia de estas actividades en su sector.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Obstáculos que generan las actividades informales al desarrollo empresarial



La competencia desleal (22%) es el principal obstáculo al que se enfrentan los empresarios formales para su desarrollo.

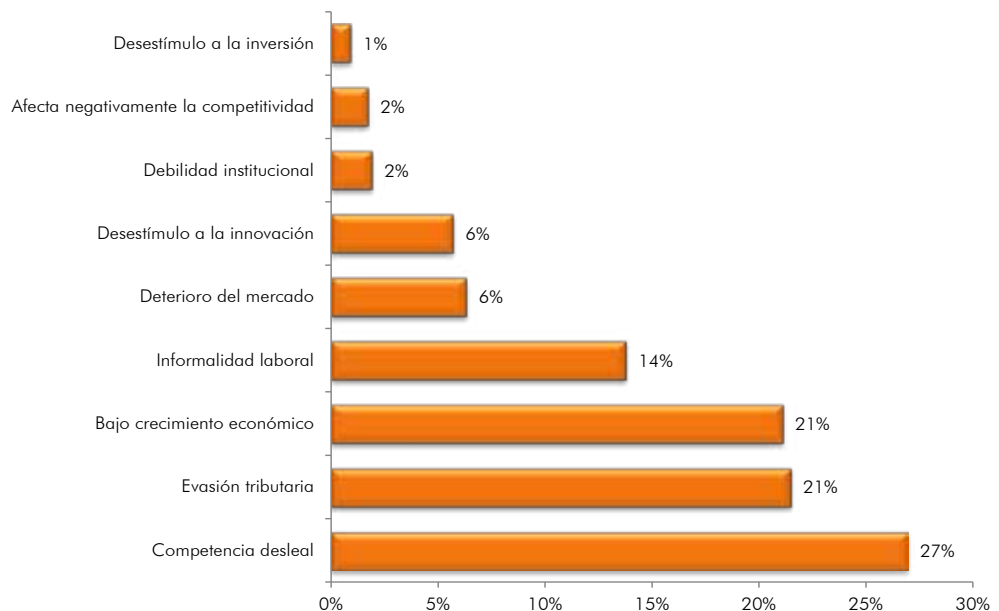
Adicionalmente, temas como la reducción en el volumen de ventas (18%) y la disminución de ingresos (16%), son factores que también preocupan para el desarrollo empresarial frente a las actividades informales.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Problemas que generan las actividades informales

La competencia desleal (27%) es el principal problema que enfrentan los empresarios formales como consecuencia de las actividades informales.

Temas como la evasión tributaria (21%) y el bajo crecimiento económico (21%), son los otros dos grandes problemas que preocupan de la informalidad.



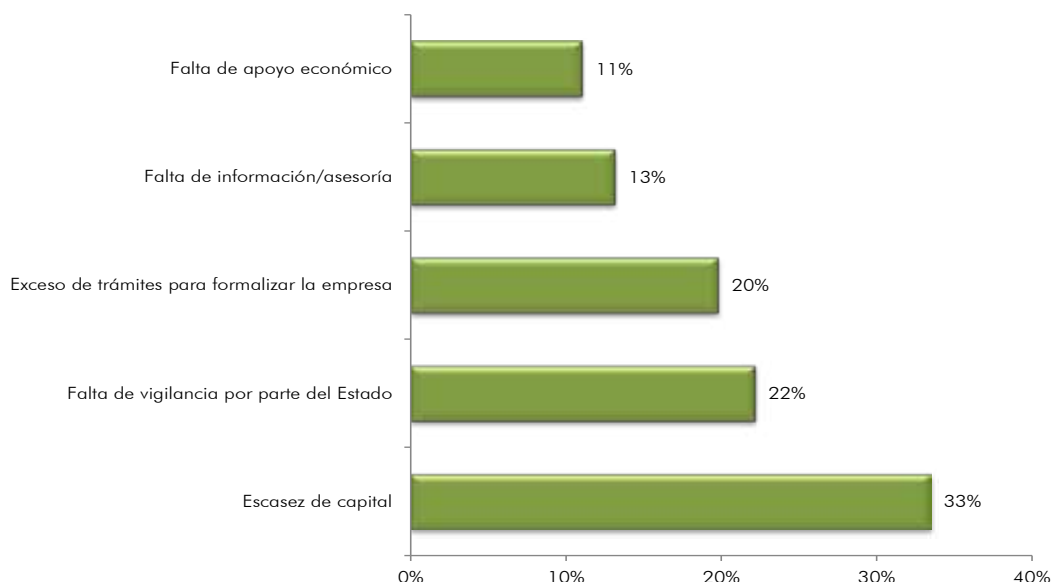
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Principal causa por la que se generan actividades informales

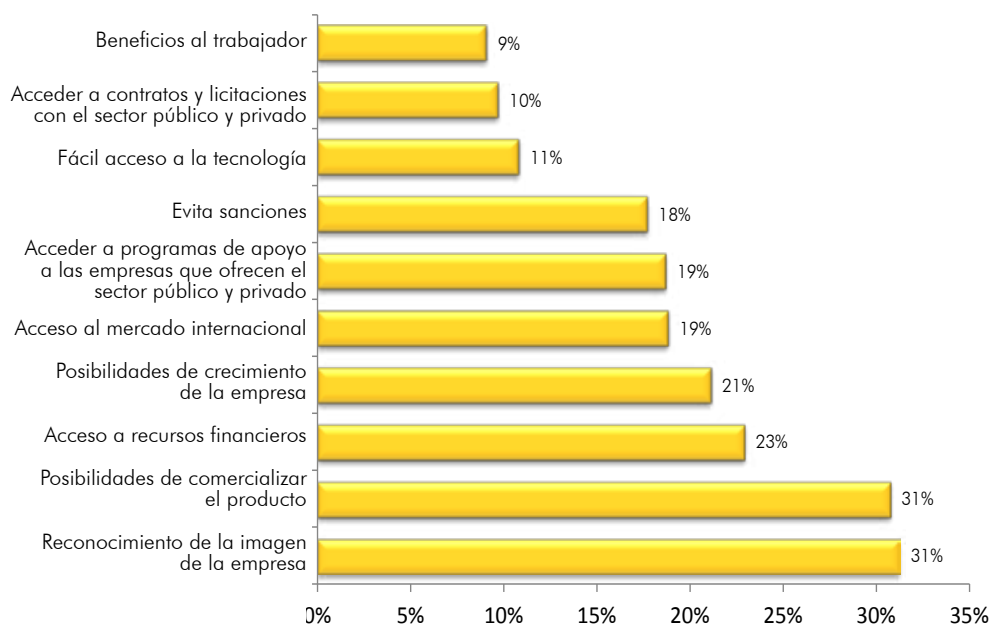
El 33% de los empresarios considera que la escasez de capital es la principal razón por la cual se dan en la ciudad actividades informales.

Además, la falta de vigilancia de estas actividades por parte del estado (22%) y el exceso de trámites para formalizar la empresa (20%) son factores altamente relevantes para que se de esta situación en Bogotá.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Ventajas que tienen las empresas formales frente a las informales



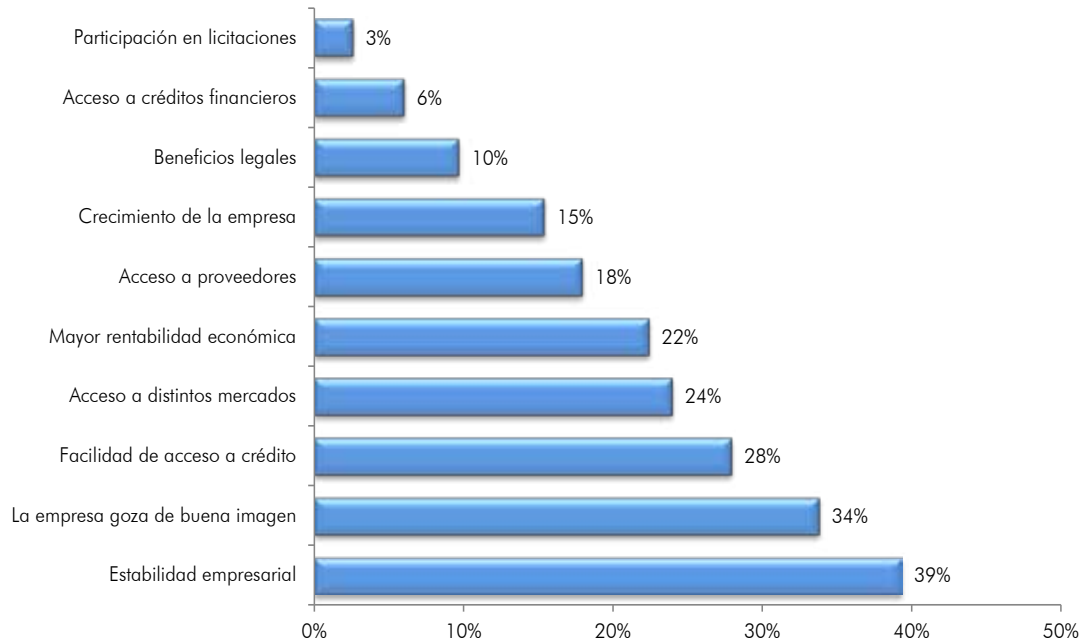
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

El reconocimiento de la imagen de las empresas y las posibilidades de comercializar sus productos juntas con el 31% son las principales ventajas que reconocen los empresarios de tener una empresa formal frente a una informal.

La disponibilidad de recursos financieros (23%) y el panorama de crecimiento de las empresas (21%) son otras ventajas importantes que reconocen los empresarios de la formalización.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Aspectos que más valora por tener la empresa formalmente constituida



La estabilidad empresarial es uno de los aspectos que más valoran los empresarios para tener la empresa formalmente constituida.

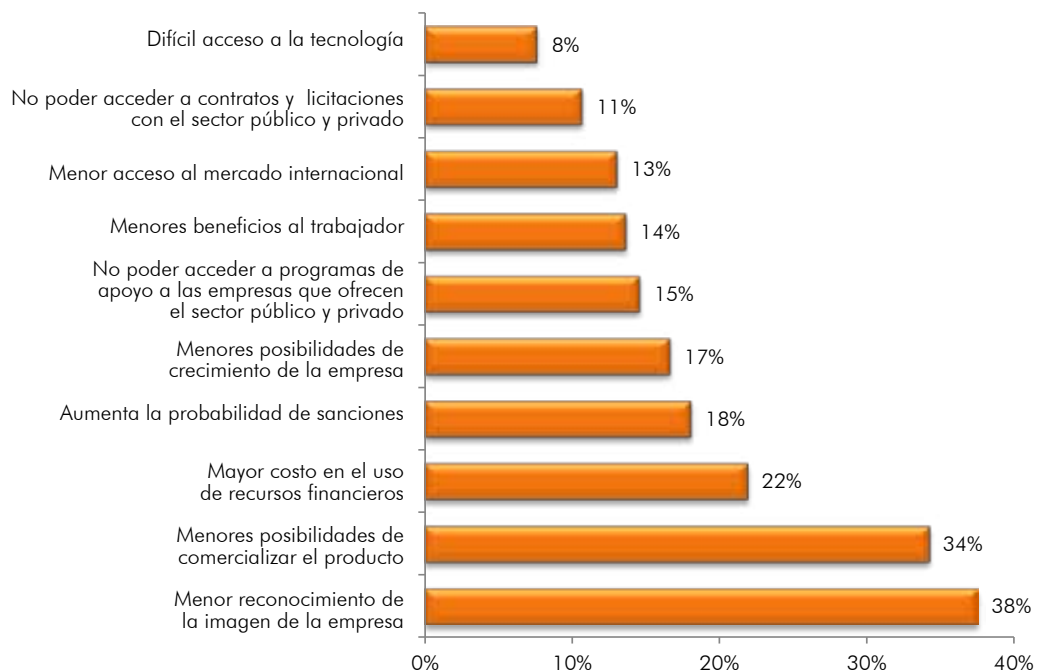
Gozar de buena imagen y el acceso a crédito son los otros aspectos que resaltan los empresarios como importantes de tener una empresa formal.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Desventajas que tienen las actividades informales

El menor reconocimiento de la imagen de la empresa es la mayor desventaja que reconocen los empresarios de tener una empresa informal.

Así mismo los problemas asociados a la comercialización de los productos (34%) y al costo de los recursos financieros (22%) son los otros factores que reconocen como desventaja los empresarios.



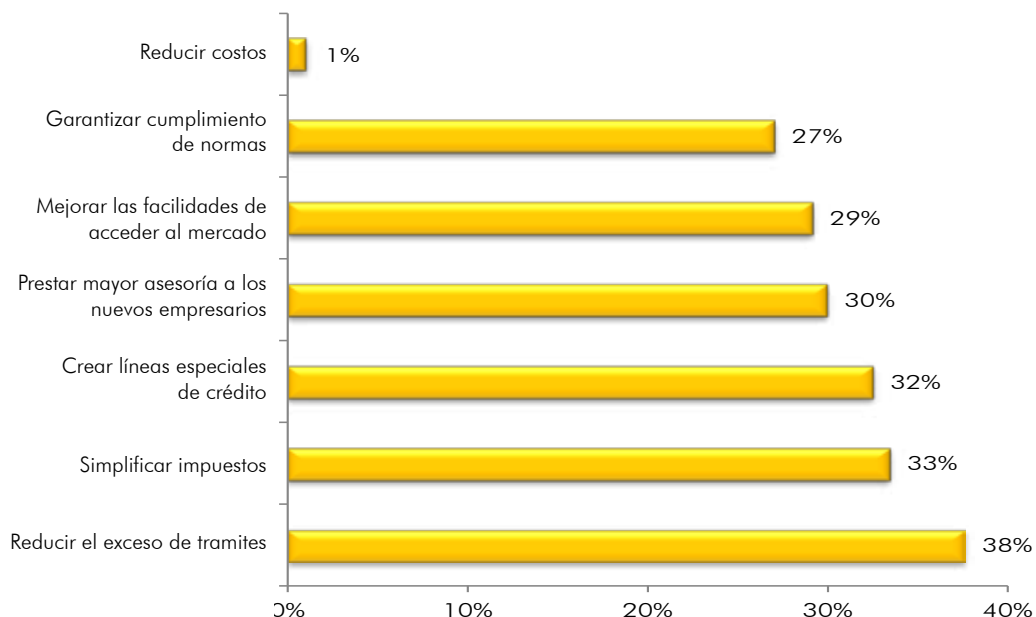
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Aspectos en los que el Estado debe trabajar para fomentar la formalidad empresarial

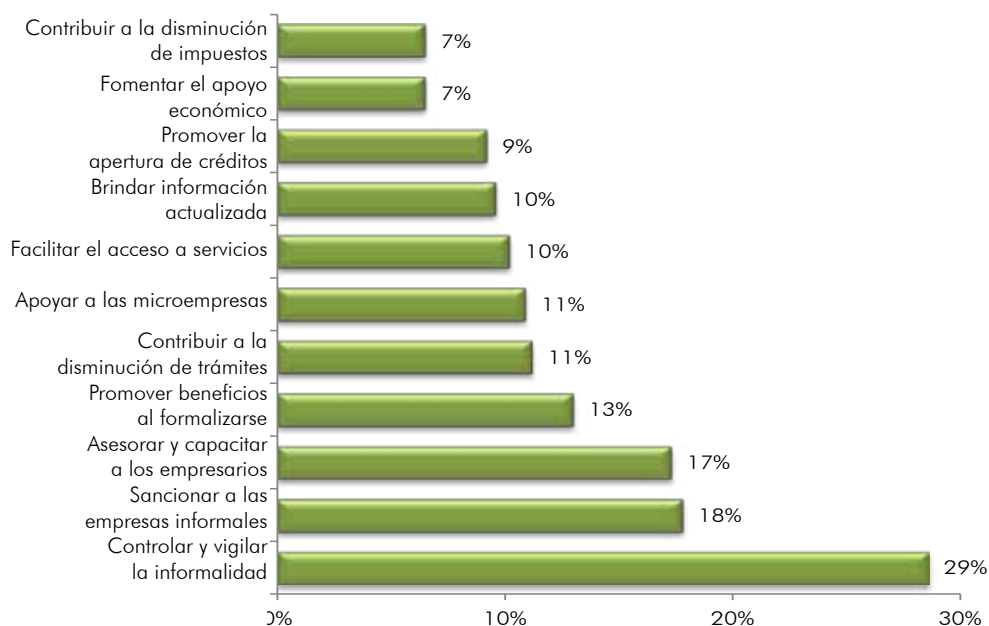
El 38% de los empresarios opino que en la simplificación de impuestos es el aspecto en el que el estado mas debe trabajar para fomentar la formalidad empresarial.

Otro aspecto esencial en el que se debe trabajar por parte del estado es la creación de líneas especiales de crédito (33%) y la reducción del exceso de tramites (32%).



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Acciones que cree la Cámara de Comercio de Bogotá debe promover para contribuir a la formalidad empresarial



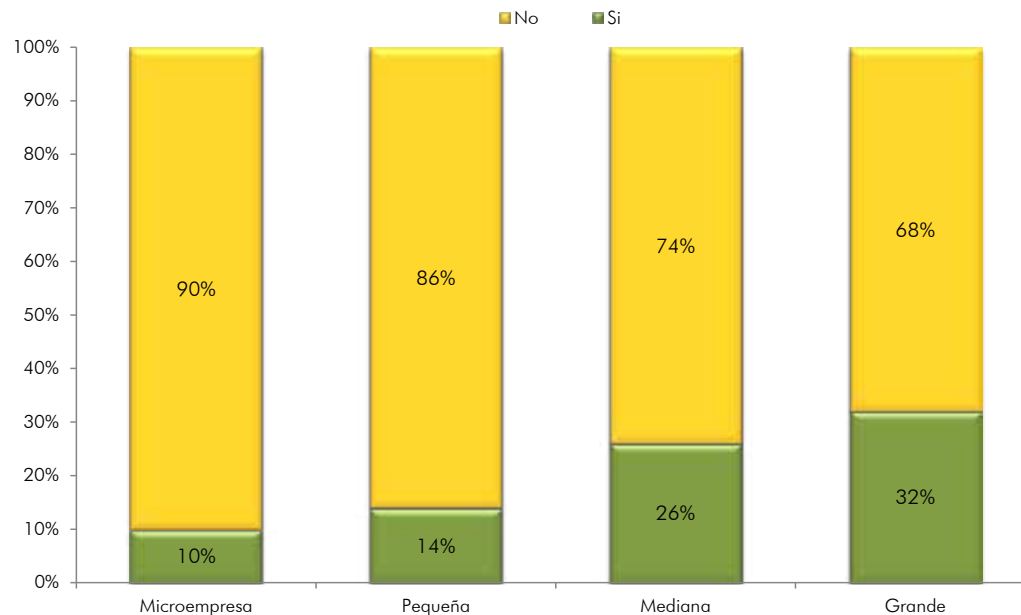
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Los empresarios expresaron que controlar y vigilar la informalidad (29%) es la acción que mas debe promover la Cámara de Comercio de Bogotá para controlar y vigilar la informalidad, así como las sanciones a las empresas informales (18%).

Por su lado acciones como contribuir a la disminución de impuestos (7%) y fomentar el apoyo económico (7%) son en las que los empresarios piensan, la CCB debe tener menos influencia.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Conoce la Ley de Formalización y Generación de Empleo



En las empresas grandes es donde se evidenció un mayor conocimiento de la ley de formalización y generación de empleo con el 32%, seguida por la mediana empresa donde un 26% manifestaron conocer la ley.

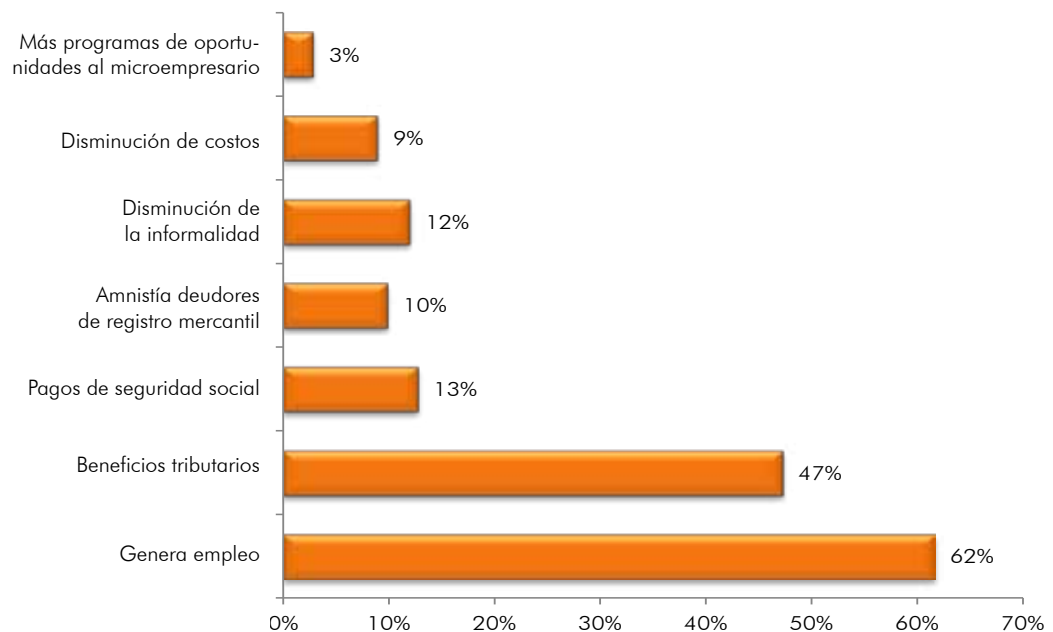
Por su parte, entre pequeñas y microempresas fue donde más se observó desconocimiento de la ley con 14% y 10% respectivamente.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Aspectos positivos o beneficios de la Ley de Formalización y Generación de Empleo

El 62% de las empresas ve como el mayor aspecto positivo de la ley la generación de empleo, seguido por los beneficios tributarios que tiene la misma con el 47%.

Otros aspectos relevantes y positivos, aunque en menor medida según la opinión de los empresarios, fueron el pago de seguridad social, la disminución de la informalidad y la amnistía a deudores del registro mercantil.



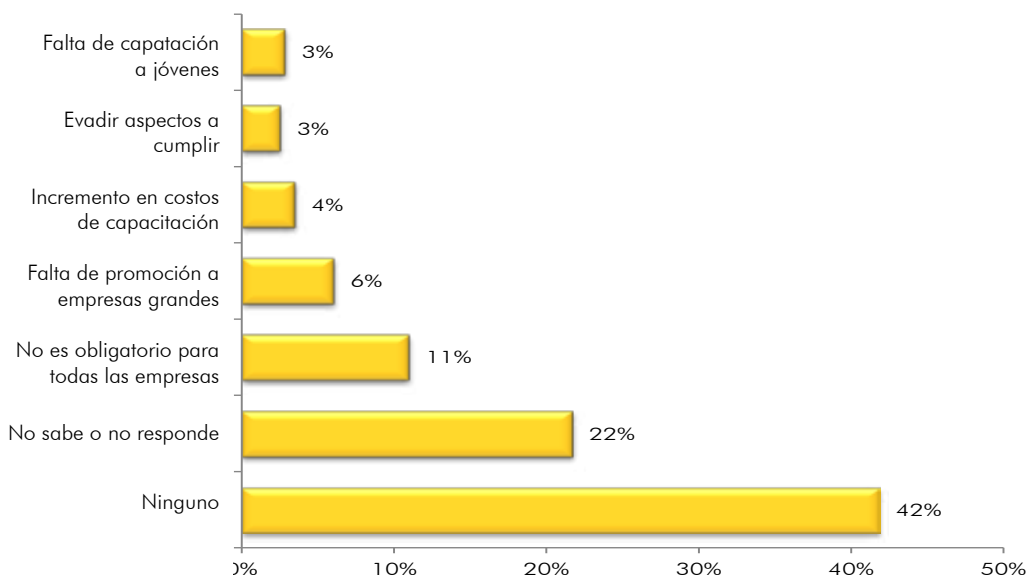
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Aspectos negativos o dificultades de la Ley de Formalización y Generación de Empleo

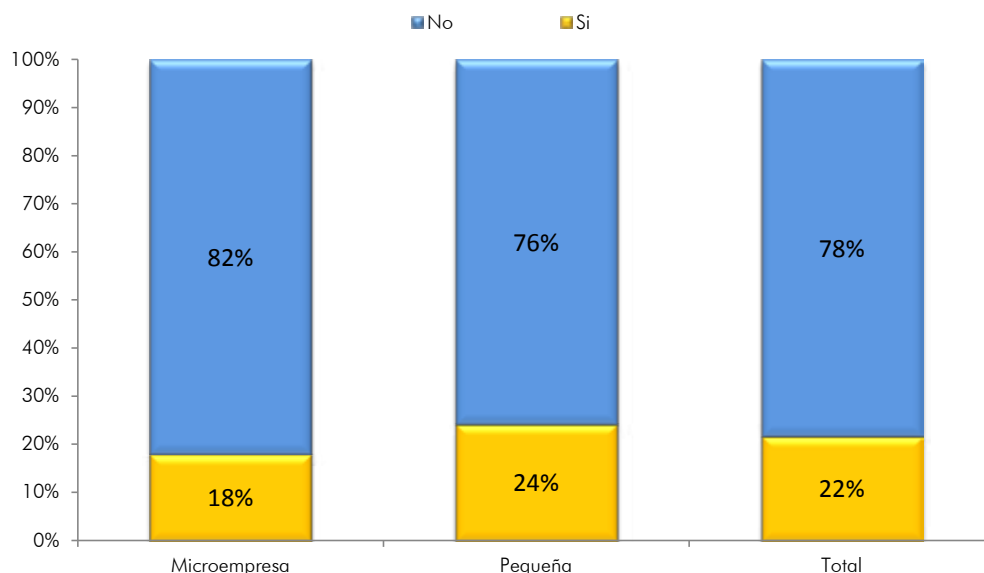
La mayoría de las empresas opinaron que no existió ningún problema o aspecto negativo con la ley de formalización y generación de empleo.

No obstante 11% de las empresas encontraron negativo el hecho que no fuera obligatorio para todas las empresas, así como la falta de promoción a empresas grandes.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿Su empresa se acogió a esta Ley?



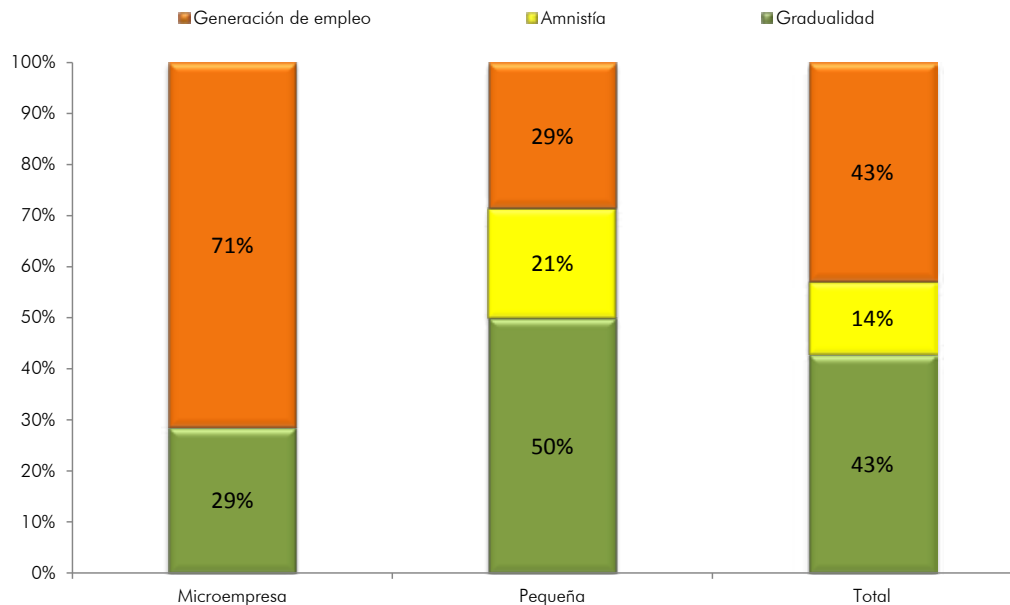
El total de empresas que se acogieron a la ley de formalización y generación de empleo fue del 22%.

Las pequeñas empresas con 24% fueron las que se acogieron en mayor proporción a la ley, mientras las microempresas con 18% fueron las que se acogieron en menor proporción.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

La empresa se acogió a la Ley para acceder al beneficio de



La mayor parte de las microempresas, el 71%, se acogió a la ley para acceder al beneficio de generación de empleo. Mientras entre las pequeñas empresas la mayoría, el 50% se acogió por el beneficio de gradualidad.

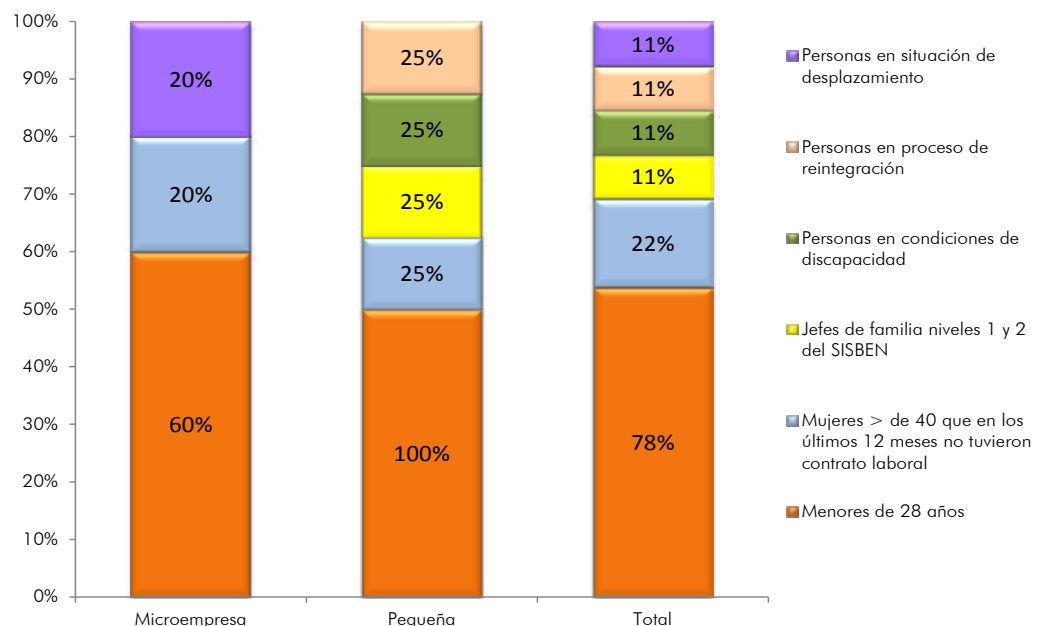
El beneficio de gradualidad no influyó en las microempresas y en las pequeñas fue el que menos influyó con 21%.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Temas en los que requiere capacitar al personal de la empresa

La mayor parte de las microempresas, el 71%, se acogió a la ley para acceder al beneficio de generación de empleo. Mientras entre las pequeñas empresas la mayoría, el 50% se acogió por el beneficio de gradualidad.

El beneficio de gradualidad no influyó en las microempresas y en las pequeñas fue el que menos influyó con 21%.



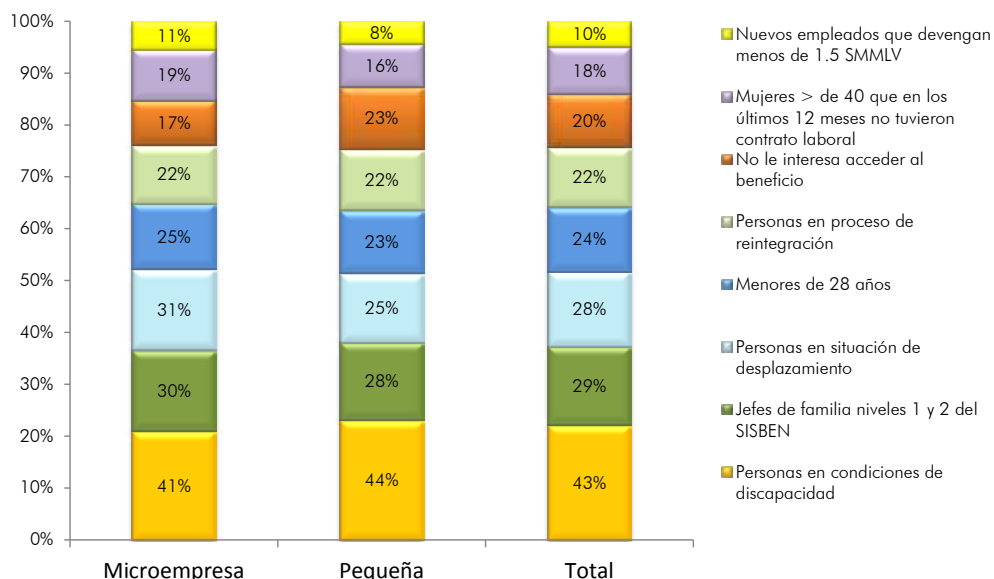
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

8. Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

Estaría dispuesto a acceder a los beneficios de la Ley aumentando con nuevos empleos el número de empleados de su empresa

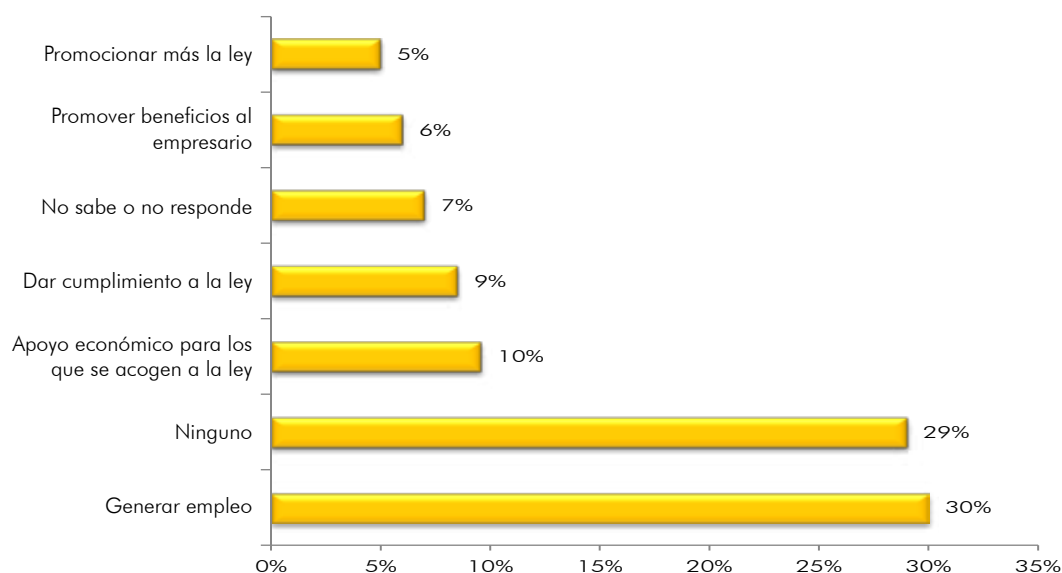
En el 2011, el 43% de las empresas estaría dispuesta a contratar personas en condiciones de discapacidad, mientras el 29% y 28% jefes de familia de bajos recursos y personas desplazadas para acceder a los beneficios de la ley.

Por su parte 20% de los empresarios manifestaron no estar interesados en acceder a los beneficios de la ley.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Recomendaciones para promover la utilización de los beneficios de la Ley de Formalización y Generación de Empleo



Los empresarios opinan que una estrategia para lograr una mayor acogida de los beneficios de la ley de formalización y generación de empleo es promocionar más la ley y sus beneficios para el empresario.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

9. Percepción del empresario hacia la Cámara de Comercio de Bogotá

Servicios que conoce de la Cámara de Comercio de Bogotá

Servicio	Porcentaje
Ninguno	49%
Constitución y formalización de la empresa (formas jurídicas y trámites)	20%
Asesoría en aspectos importantes para la empresa (plan de mercadeo, plan económico financiero, asuntos laborales y tributarios)	13%
Soluciones financieras	12%
Identificación de oportunidades de negocio	12%
Información sobre mercados internacionales, bases de datos y documentos especializados sobre asuntos de comercio exterior	10%
Formación y asesoría para innovar	9%
Elaboración y evaluación de planes de empresa	9%
Participación en ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales u otras actividades de promoción de negocios	8%
Bogotá exporta - Internacionalización	8%
Programa Tutor: formación especializada	8%
Consultoría especializada en planeación estratégica, gestión comercial, gestión de la empresa familiar, gestión financiera	7%
Asesoría para la elaboración de planes de internacionalización	7%
Asesoría en planes de innovación y gestión de la innovación	6%
Formación y asesoría en gestión ambiental empresarial	6%
Información sobre tendencias de mercado y de consumo	6%
Consultoría en responsabilidad social empresarial	2%

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

El servicio de la Cámara de Comercio de Bogotá más conocido por los empresarios, es la consultoría legal. La gran empresa es donde más se conoce este servicio.

Los servicios de asesoría en temas críticos (mercadeo), las soluciones financieras y la identificación de oportunidades de negocio, indican que los empresarios deben implementar acciones para conocer y hacer un mayor uso de los servicios que requieren para el desarrollo de su actividad productiva, dado que éstos se divulgan en la página de la Cámara (www.ccb.org.co) y en los medios de comunicación.

Servicios que ha usado de la Cámara de Comercio de Bogotá

Servicio	Porcentaje
Ninguno	57%
Constitución y formalización de la empresa (formas jurídicas y trámites)	15%
Soluciones financieras	7%
Asesoría en aspectos importantes para la empresa (plan de mercadeo, plan económico financiero, asuntos laborales y tribu)	5%
Participación en ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales u otras actividades de promoción de negocios	4%
Formación y asesoría para innovar	4%
Información sobre mercados internacionales, bases de datos y documentos especializados sobre asuntos de comercio exterior	4%
Identificación de oportunidades de negocio	3%
Bogotá exporta - Internacionalización	3%
Programa Tutor: formación especializada	3%
Consultoría especializada en planeación estratégica, gestión comercial, gestión de la empresa familiar, gestión financie	3%
Información sobre tendencias de mercado y de consumo	2%
Elaboración y evaluación de planes de empresa	2%
Asesoría en planes de innovación y gestión de la innovación	2%
Asesoría para la elaboración de planes de internacionalización	2%
Formación y asesoría en gestión ambiental empresarial	2%
Consultoría en responsabilidad social empresaria	1%

El servicio de la Cámara de Comercio de Bogotá de mayor uso por los empresarios es la consultoría legal (14%). Principalmente en los temas de trámites para la creación y formalización de la empresa, formas jurídicas para legalizar la empresa y temas económico y financieros.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

9. Percepción del empresario hacia la Cámara de Comercio de Bogotá

Principal razón para solicitar servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá

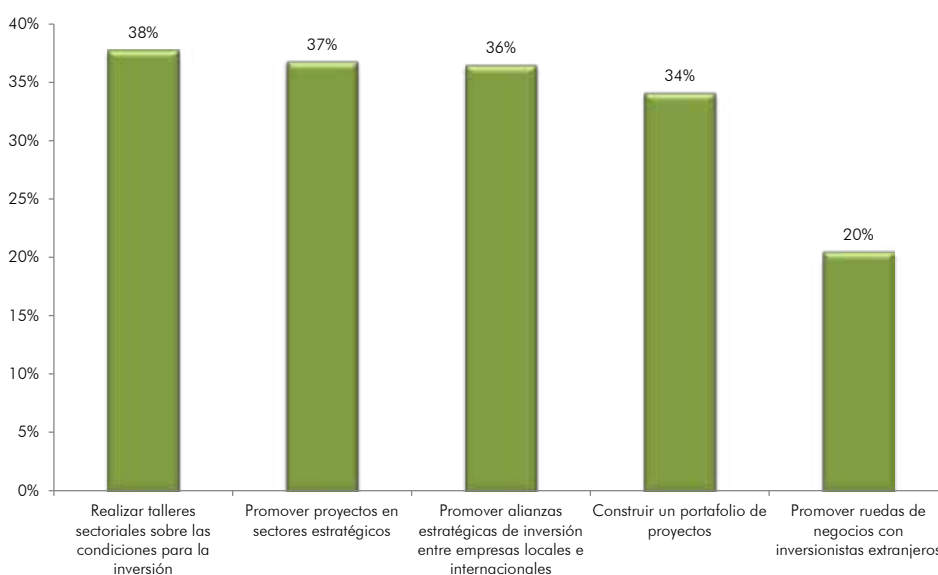
La necesidad de información es la principal razón que tienen los empresarios para solicitar los servicios de la CCB. También destacan las razones relacionadas con la gestión empresarial, como la asesoría financiera, la legalización y el logro de negocios y la actualización de la empresa.

En la mipyme las necesidades de información y de legalización de los negocios son razones primordiales para solicitar los servicios de la CCB.

Razón	Porcentaje
Información	41%
Asesoría financiera	18%
Asesoría para formalización	16%
Apoyo para formalizar empresa	9%
Asesoría en mercados	4%
Dárse a conocer en las ferias	4%
Constitución de registro mercantil	2%
Asesoría en temas administrativos	2%
Recomendaciones	1%
Dárse a conocer en mercados internacionales	1%
Capacitar el personal	1%
Actualización	1%
Competencia en el medio	1%
Plan de exportación para la empresa	1%
Mejora las actividades de la empresa	0%

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Servicios de la Cámara de Comercio de Bogotá que considera más importantes para promover la inversión extranjera en Bogotá y Cundinamarca



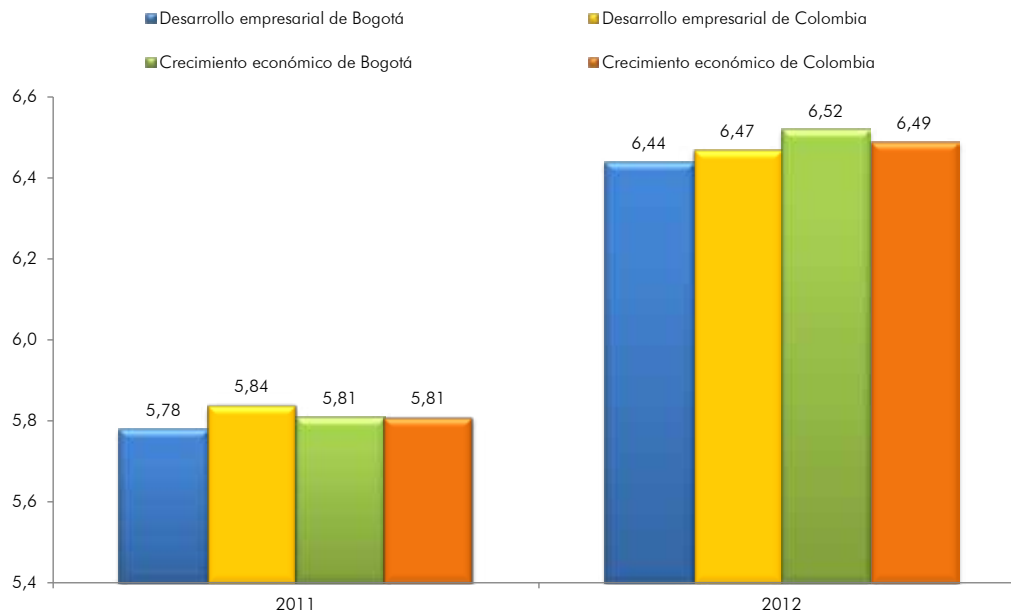
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Los talleres sectoriales y la promoción de proyectos en sectores estratégicos son los dos servicios de la CCB considerados más importantes por los empresarios para promover la inversión extranjera.

En este propósito, la CCB realiza acciones para promover los sectores identificados en la Comisión Regional de Competitividad como estratégicos, por medio de la agencia de promoción de inversión Invest In Bogotá.

10. Acciones para apoyar las empresas en Bogotá y la Región

¿Cómo ve a Bogotá y a Colombia en los temas de...?
Escala de 0 a 10 (0 muy mal y 10 muy bien)



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

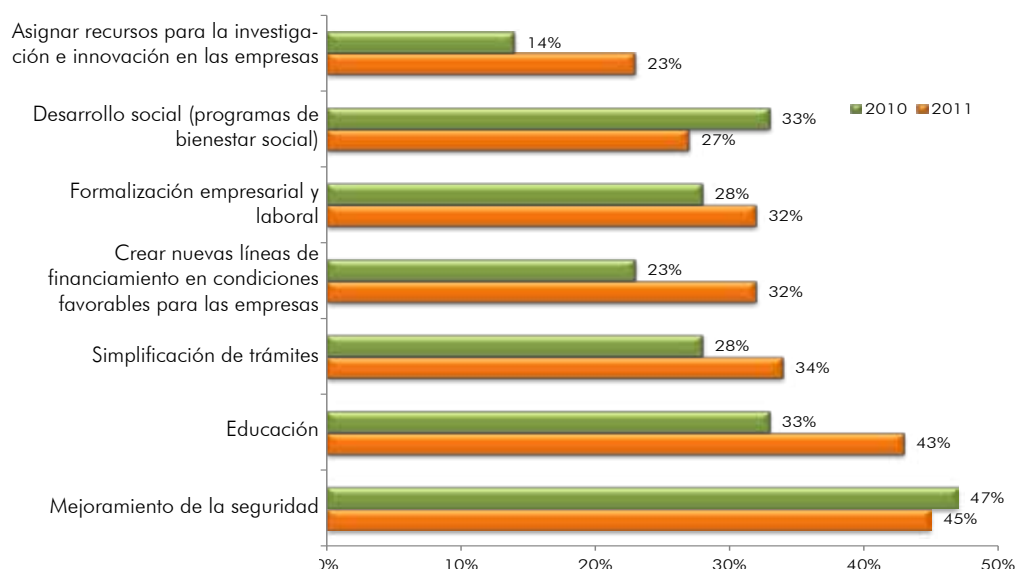
En el 2011, los empresarios de Bogotá dieron una calificación superior a la del 2010 en los temas de desarrollo empresarial y de crecimiento económico; y esperan que el 2012 sea un mejor año en los dos temas.

Con relación a Colombia, perciben igualmente que en desarrollo empresarial y crecimiento económico el 2011 ha sido un año mejor, además esperan que el 2012 supere los resultados de los dos años anteriores

¿En qué cree que debe trabajar el Gobierno Distrital para facilitar el crecimiento económico de la ciudad?

En el 2011, los empresarios solicitan al gobierno distrital mejorar la seguridad, trabajar más en el fortalecimiento de la educación y la simplificación de trámites para el crecimiento de sus empresas y de la ciudad.

El tema de seguridad está asociado a la necesidad de disminuir los casos por extorsión (16%) y por homicidios (12%), y en desarrollo social a disminuir el desempleo (10,3%) y reducir la pobreza (22%) de los habitantes.



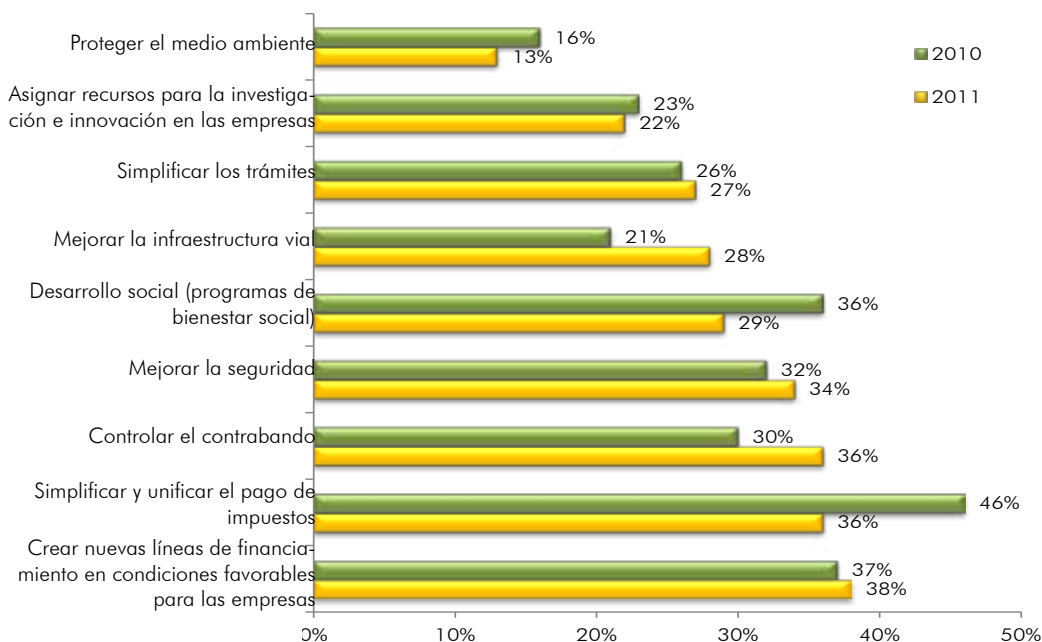
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

10. Acciones para apoyar las empresas de Bogotá y la Región

¿En qué temas cree que debe trabajar el Gobierno Nacional para facilitar el crecimiento económico en la ciudad de Bogotá?

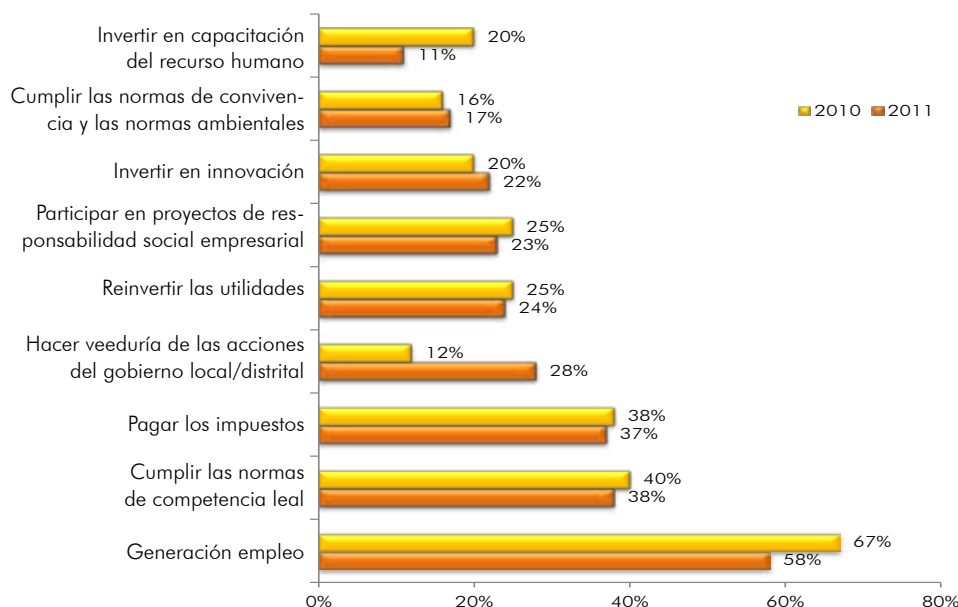
En el 2011, los empresarios de Bogotá, solicitan la ampliación de las líneas de financiamiento y como es tradicional, piden al gobierno nacional la simplificación y unificación en el pago de impuestos (incluyendo reducir trámites), el control al contrabando y la mejora en la seguridad para facilitar el crecimiento económico.

En los demás temas se destaca el mayor énfasis que dan a los temas de desarrollo social y el mejoramiento de la infraestructura vial.



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

¿Qué acciones deben realizar los empresarios para mejorar el crecimiento económico de la ciudad y calidad de vida de sus habitantes?



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en la Encuesta del Clima de los Negocios en Bogotá 2011.

Los empresarios de la ciudad consideran que para mejorar el crecimiento económico de la ciudad y la calidad de vida, deben trabajar principalmente en la generación de empleo.

En segundo lugar, garantizar el cumplimiento de las normas de competencia legal y el cumplimiento en el pago de los impuestos.

Además hacer veeduría de las acciones de los gobiernos local y distrital se hace fundamental en el actual contexto, para que la actuación del mismo pueda mejorar en pro de todos los habitantes de la ciudad.

Conclusiones

En el 2011, el entorno para los negocios en Bogotá registró un comportamiento positivo, influenciado por el buen desempeño de la economía colombiana y de los principales mercados de América Latina. Al finalizar el año, se espera un crecimiento de la economía colombiana superior al 5% y según las previsiones del Fondo Monetario Internacional, se estima que las economías de América Latina crecerán 4,6% y la economía mundial 4%, menos que lo esperado (4,3%) a principios del 2011. Estas condiciones contribuyeron al aumento de las exportaciones (13% entre enero y septiembre), al logro de mejores balances en la situación económica de las empresas de actividades como la industria y el comercio, donde, cada vez más empresarios perciben mejoras en su situación económica. Así mismo, Bogotá se mantuvo como la principal ciudad que atrae inversión extranjera (77% de la realizada en Colombia), y su mercado interno, que es en la actualidad el sexto más grande en población en América Latina, con una capacidad de compra (US\$ 14.847 per cápita) y un tamaño de mercado equivalente a US\$ 100 billones. La ciudad, es también, un espacio en el que interactúan diversas actividades empresariales que disponen de un entorno cada vez más atractivo para los negocios.

En este contexto han surgido preocupaciones para los empresarios de la ciudad: la revaluación y volatilidad del peso y las altas tasas de desempleo en el país (9,3%) y en Bogotá (7,9%); y la alta informalidad que supera el 47% de la actividad empresarial y el 45% de los ocupados. Estos factores se perciben como limitantes de la competitividad de la economía de la ciudad y la Región y como

condiciones que deterioran las ventas de las empresas.

Aspectos favorables del clima de negocios en el 2011 en Bogotá

Perspectivas optimistas. El 85% de los empresarios consideró que la situación económica de su empresa en el último año mejoró o permaneció igual. Así mismo, las perspectivas son optimistas para el 2012; perciben que las ventas, la contratación de personal y la inversión serán superiores las actuales.

La dinámica del mercado interno de Bogotá. Como ha sido tradicional, el principal factor de crecimiento de las ventas de las empresas es el mercado interno. El 98% de las empresas dedica la mayor parte de sus ventas al mercado bogotano, en especial las empresas más pequeñas.

El buen desempeño del crecimiento de la economía colombiana. El 21% de los empresarios de Bogotá vende el 42% de la producción de bienes y servicios en las demás regiones de Colombia. Por tanto, la dinámica económica de éstas puede favorecer en gran medida a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad.

El crecimiento de la economía mundial. Si bien tan sólo el 4% de los empresarios de la ciudad exportan a los mercados internacionales, para éstas empresas, la tendencia de los mercados internacionales tendrá un impacto importante, debido a que el 36,5% de las ventas se dirige a los mercados de América Latina y de los países industrializados.

Conclusiones

Los factores que más favorecen el desarrollo de la actividad económica. La calidad (41%), la demanda (29%) y las certificaciones de calidad (29%) son considerados por los empresarios los factores más importantes para comercializar los productos y servicios en el mercado local.

Aspectos desfavorables del clima de negocios en el 2011 en Bogotá

Obstáculos para la actividad económica. Los principales obstáculos a la actividad económica son la inseguridad, la inestabilidad económica (tasa de cambio principalmente) y la informalidad empresarial, que tiene una incidencia negativa en las ventas y utilidades de las empresas.

Factores que dificultan la actividad exportadora. Los altos costos de transporte, de la materia prima y de la mano de obra se señalan como los más importantes que limitan la competitividad de las exportaciones. Desde Colombia, transportar un contenedor cuesta (US\$ 2.270) más que desde un país geográficamente más distante, como el caso de Chile (US\$ 795) o México (US\$ 1.450).

Escasa orientación a exportar. Las empresas de Bogotá orientan la mayoría de su producción a atender necesidades del mercado interno, en especial de Bogotá, y en menor medida a las demás regiones del país. Hacia los mercados internacionales, solo exporta el 4% de las empresas, que se caracterizan por su mayor tamaño y experiencia. Además, solo al 26% de las empresas de la ciudad, les interesa ampliar la comercialización de sus

productos y servicios en los mercados internacionales.

Baja expectativas para ampliar la comercialización de los productos y servicios. Sólo el 30% de los empresarios tienen intenciones de ampliar la comercialización de sus productos y servicios. La principal razón es que solo le interesa atender el mercado que tiene en la actualidad. Esto se debe a que alrededor del 90% de las empresas son micro y pequeñas que no tienen la capacidad de producir para mercados más grandes, ni la calidad y relaciones que se requieren para gestionar el ingresos a nuevos mercados.

Dificultades para comercializar. Los altos costos de producción (materias primas, transporte y mano de obra), el desconocimiento de los mercados y los limitados canales de comercialización se para los empresarios los obstáculos mas importantes para comercializar sus productos, en especial, para las empresas más pequeñas, que tienen baja capacidad de atender mercados.

Presencia de actividades informales. Para el 36% de los empresarios la actividad informal es un factor que limita las posibilidades de expansión de las empresas, debido a que deterioran los negocios, porque compiten con precios más bajos, debido a la baja calidad de los productos y a que no pagan impuestos.

Limitado acceso al crédito. En Bogotá solo el 12% de los empresarios encuestados, manifestaron que una de las principales fuentes de financiamiento era el crédito solicitado al sector financiero. Esto se debe a que consi-

Conclusiones

deran que para acceder al crédito bancario se requiere de muchos trámites, el pago de altas tasas de interés, y buena parte de las empresas más pequeñas no tienen respaldo económico.

Bajo conocimiento del apoyo a la actividad empresarial. La mitad de los empresarios no conoce los servicios que se ofrecen en la ciudad para apoyar su actividad empresarial, cerca del 60% no ha utilizado los servicios que ofrecen entidades como la Cámara de Comercio de Bogotá. Los emprendedores nuevos son los que más acuden a utilizar los servicios empresariales. El 15% utilizó el servicio de constitución y formalización de empresas en el 2011.

Informalidad empresarial y Ley de Formalización y generación de empleo

En Bogotá la informalidad empresarial (47%) y laboral (45%) son elevadas. Las actividades informales son menos productivas que las formales, además, tienen una incidencia negativa en las actividades empresariales formalizadas y su aporte al crecimiento económico es bajo. Cuando una empresa se formaliza puede acreditar su existencia y representación legal ante terceros, amplía las posibilidades de acceso, al crédito y a los programas de apoyo empresarial públicos y privados, al igual que a mejores oportunidades de crecimiento y negocios.

En este contexto, en Colombia se promulgó la Ley de Formalización y Generación de Empleo (Ley 1429 de 2010) con el propósito de establecer un marco propicio para facilitar la

creación de empresas y la formalización de unidades productivas que funcionan en la informalidad. La Ley establece un conjunto de medidas orientadas a reducir los costos de constitución y operación en los primeros años de vida de las empresas (1 - 5 años). Por ello, la Cámara de Comercio de Bogotá consultó a los empresarios para conocer la percepción que tiene del impacto de la informalidad en las actividades productivas formales, los factores que estimulan la informalidad y el conocimiento y utilización de la Ley, así como las dificultades y recomendaciones sobre dicha Ley.

Para los empresarios de Bogotá, no pagar impuestos (82%), no realizar aportes a la seguridad social (79%) y no poseer registro mercantil (79%) son las condiciones más frecuentes de informalidad empresarial en la ciudad. Con la expedición de la Ley se avanzó en la estructuración de un conjunto de incentivos orientados a facilitar la formalización empresarial, especialmente para las micros y pequeñas empresas a través de la reducción de costos en los trámites para la creación y operación de las empresas.

Es indispensable disminuir las brechas entre la informalidad y la formalidad empresarial, para limitar el impacto negativo que tiene la informalidad en la actividad empresarial formal (competencia desleal, bajo crecimiento económico, deterioro del mercado, entre otras), en las finanzas públicas y en la competitividad de la ciudad.

De acuerdo con la percepción de los empresarios la escasez de capital (33%), la falta de vigilancia por parte del Estado (22%) y el ex-

Conclusiones

ceso de trámites para formalizar la empresa (20%) son factores que han sido determinantes en la generación de actividades informales.

Los empresarios recomiendan que el Estado y las entidades privadas deben trabajar en la simplificación de trámites, la creación de líneas de crédito accesibles a los empresarios informales, en la asesoría y capacitación y en la promoción de los beneficios de tener la empresa formalizada.

En la ciudad, el conocimiento sobre la Ley de Formalización y generación de empleo es relativamente baja (32%), y quienes la conocen consideran que los dos beneficios más importantes están asociados a la generación de empleo y a la disminución de impuestos; además que la Ley debería ser obligatoria para todas las empresas y debería tener una mayor promoción.

Entre las micros y pequeñas empresas encuestadas, el 22% se acogió a los beneficios de la Ley, principalmente las pequeñas empresas, que lo hicieron para aprovechar los beneficios de contratar nuevos empleados y la gradualidad en el pago de impuestos y de matrícula mercantil.

Prioridades de políticas públicas nacionales y distritales para apoyar las empresas en Bogotá y la Región.

En el 2011, en Bogotá se registraron más de 315 mil empresas, y se crearon alrededor de 64 mil, con lo cual, la ciudad se ha conso-

lidado como una de las más atractivas para la actividad empresarial del país. Sin embargo, crece de 350 mil personas se encuentran desocupadas y es alta la informalidad empresarial y laboral, por ello, para mejorar la calidad de vida de los habitantes, es necesario realizar por parte del Estado, el Gobierno Distrital y los empresarios acciones que promuevan la actividad empresarial y el empleo de calidad.

Según la percepción de los empresarios bogotanos, el 2011 fue un año más optimista que el 2010, en crecimiento económico y desarrollo empresarial, en Bogotá y en las demás regiones del país. Esta percepción se corrobora con el crecimiento esperado de la economía bogotana del 5,7% y las 64.250 empresas nuevas que se crearon durante el año.

A su vez, para facilitar el crecimiento económico, los empresarios consideran que el Gobierno Distrital debe concentrarse en realizar acciones orientadas a mejorar la seguridad, la educación y la simplificación de trámites. Y el Gobierno Nacional debe concentrar sus acciones en crear nuevas líneas de financiamiento, simplificar el pago de impuestos y en controlar el contrabando.

Los empresarios consideran que su aporte al crecimiento económico de la ciudad y al mejoramiento de la calidad de vida es generar empleo, cumplir con las normas de competencia leal y pagar impuestos, principalmente. También destacan la necesidad de reinvertir la utilidades e invertir en innovación y capacitación del recurso humano.



Por nuestra sociedad

Gracias por su interés. Para nosotros es importante conocer sus apreciaciones y comentarios sobre el contenido de esta publicación. Esto nos permitirá ofrecer información cada vez más pertinente y oportuna. Le agradecemos nos envíe sus comentarios al correo: estudios2@ccb.org.co

Nuestras publicaciones son totalmente gratuitas. Si le interesa seguir recibiendo las publicaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, actualice sus datos en la dirección de correo electrónico: estudios2@ccb.org.co o al fax: 3830690, ext. 2749.

